

إصدارات
مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي



المقاومة الإعلامية

مفهومها - مشروعيتها- استراتيجيتها - صناعتها

د. عبدالرحمن سلوم الرواشدي







مفهومها - مشروعيتها - إستراتيجيتها - صناعتها

الطبعة الأولى

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
٢٠١٢/٨/٢٩١١

الرواشدي، عبدالرحمن سلوم
المقاومة الإعلامية، مفهومها، مشروعيتها، استراتيجيتها، صناعتها /
د. عبدالرحمن سلوم الرواشدي. - عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٣
(٣٠٤) ص.
ر.إ.: ٢٠١٢/٨/٢٩١١



العراق- بغداد- الأعظمية

٠٠٩٦٤٧٩٠١٣٨٩٤١٠

٠٠٩٦٤٧٩٠٤٥٣١٤٥٢

EMAIL:
daralfajir@yahoo.com
tahaazz@yahoo.com



دار النفائس
للنشر والتوزيع-الأردن

العبدلي - مقابل مركز جوهرة القدس

ص.ب ٩٢٧٥١١ عمان ١١١٩٠ الأردن

هاتف: ٠٠٩٦٢٦٥٦٩٣٩٤٠

فاكس: ٠٠٩٦٢٦٥٦٩٣٩٤١

Email: ALNAFAES@HOTMAIL.COM

www.al-nafaes.com

إصدارات

مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي

المقاومة الإعلامية

مفهومها - مشروعيتها - إستراتيجيتها - صناعتها

د. عبدالرحمن سلوم الرواشدي





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى :

﴿ وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ وَهُوَ يُدْعَىٰ إِلَى الْإِسْلَامِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿٧﴾ يُرِيدُونَ لِيُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ
بِأَفْوَاهِهِمْ وَاللَّهُ مُتِمُّ نُورِهِ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ ﴿٨﴾ هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ
كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ ﴿٩﴾ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنجِيكُم مِّنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿١٠﴾ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ
اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١١﴾ يَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَيُدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِن تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ وَمَسَاكِنَ
طَيِّبَةً فِي جَنَّاتِ عَدْنٍ ذَٰلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١٢﴾ وَأُخْرَىٰ تُحِبُّونَهَا نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ﴿١٣﴾ ﴾ [الصف: ٧
- ١٣].

ويقول رسول الله صلى الله عليه وسلم :

(قاتلوا المشركين بأموالكم وألسنتكم

وأنفسكم رواه أحمد وأبو داود.

"لا بدّ لأقطاب الإعلام المقاوم أن يستشعروا أهمية مكانتهم، فهم على ثغرٍ من الثغور كالجندي تماماً.. لا يصحّ أن يترك الجندي خندقه و إلا سيأتيهم العدوّ من موضع تقصيره".



الإهداء

إلى شهداء الإسلام

من عرفوا الحق فبذلوا دماءهم لنصرته

***

إلى شهداء الإعلام الجهادي المقاوم

من قدموا الحقيقة ممزوجة بدمهم

وأخص منهم (سعدي العبيدي وليث الكبيسي)

***

إلى شهداء الإعلام العربي الممانع

من عطروا الحقيقة بدمهم

نسأل الله تعالى أن يتقبلهم عنده في عليين

المقدمة

الحمد لله القوي المتين سبحانه، والصلاة والسلام على رسوله محمد الصادق الأمين الداعي إلى رضوانه، وعلى آله وأصحابه فرسان النهار وبالليل رهبانه.. أما بعد:

فقد شكل احتلال فلسطين منعطفاً تاريخياً ومفصلاً حيوياً في تاريخ الأمتين العربية والإسلامية، وبالرغم من حركات التحرر العربية والإسلامية التي تلت هذا الاحتلال، إلا أن قضية فلسطين ظلت الجذوة التي أبقت الفكر الجهادي والمقاوم متقداً على الرغم مما واجهته الأمة من تحديات وعقبات وأزمات عصفت بها حتى كادت تذهب بهويتها وقيمها، ثم اشتد تكالب الأعداء على الأمة في العقود الأخيرة فسقط عدد من دولها تحت نير الاحتلال وآخرها احتلال العراق لتكون المقاومة التي انطلقت ضده المشعل الذي أضاء من جديد سراج ثقافة المقاومة ليشع بنوره على المدن العربية والإسلامية فأعادت الثقة لأبنائها لينطلقوا من جديد في تشكيل هويتهم وفق مرجعية الشريعة وإطارها المقاوم والممانع.

لقد أثبتت الأمة حياتها وقدرتها على المقاومة، وقدمت نماذج رائعة من حركات المقاومة التي تمكنت في مدة يسيرة أن تبلور مشروعاً مقاوماً يرتقي بعقيلة شباب الأمة ومبدعيها، ولصياغة الحياة الإنسانية الكريمة ولتحقيق النهضة والحرية وإقامة العدل، وتمكنت ثقافة المقاومة أن تشكل أساساً لمقاومة ثقافة الهزيمة وإشاعة المعرفة التي تؤدي إلى إخراج الجماهير العربية من حالة الإحباط، وإعادة القدرة لها على التعامل مع المشاريع العدوانية وسياسات الإخضاع والإذلال، من غير تهويل ولا تهوين، كما تحدت ثقافة الخوف التي زرعتها وسائل الإعلام الغربية والعربية بعدم جدوى مقاومة المشاريع الأمريكية، وعدم تغيير الأنظمة الاستبدادية الحاكمة.

وبعد أقل من عقد على فشل المشروع الأمريكي الذي تهاوى تحت ضربات

المقاومة العراقية، وبعد نصف عقد من هزيمة الاحتلال الصهيوني في اجتياح غزة لتكون عصية عليهم بسواعد المقاومة الإسلامية، شكل المشروع المقاوم وما حققه من إنجازات أهم إرهاصات الثورات العربية المباركة، والجذوة التي أوقدت روح الإصلاح والتغيير لدى الشباب العربي، الذي استوعب هذه الدروس وترسخت في نفسه هذه الثقافة، فتوجه نحو ميادين التحرير وساحات الحرية ليعلن بداية عصر جديد من حياة الشعوب.

لقد نهضت الشعوب العربية من سباتها وأزاحت عنها غبار الخضوع والخنوع، وانتفضت بوجه الظلم، ساعية نحو التحرر ناشدة الإصلاح عبر التغيير، فكانت الثورة التونسية، وأعقبتها ثورة الغضب المصرية، وتعانقت ثورة التغيير الليبية مع أختيها في اليمن وسوريا، لتعود من جديد إلى ثورة الغضب العراقي.

وهذا المشهد المتألق يدعوننا إلى وقفات ثلاث:

الأولى: إن المقاومة تمثل أعلى مستويات الثورة وأكثرها تضحية وعطاء، فالثورة الفلسطينية انطلقت منذ عام ١٩٤٨ ، والثورة في العراق انطلقت منذ عام ٢٠٠٣، ولا تزال مستمرة، وإن خروج أي عدو من أرضنا المحتلة في ظل التحديات الجسيمة هو ثورة نصر متكاملة المقومات كما حدث في غزة ومن ثم بغداد.

والثانية: إن المقاومة الإسلامية المعاصرة انطلقت ليس لتبني المشروع المقاوم المسلح فحسب وإنما امتدت تداعياتها ساعية لإحياء المقاومة الثقافية والإعلامية والسياسية والاقتصادية، إذ خضعت هذه المجالات لصور عدة من الاحتلال (تبعة وهيمنة واختراقاً).

وأما الثالثة: العلاقة المتلازمة والمتكاملة بين المقاومة والثورة من جهة والإعلام من الجهة الأخرى ، فالإعلام مثلما شكل محركاً للشارع العربي بإعادته إلى مرجعية الشريعة وفطرة الإسلام، ونفحات أيام الجمع، ومن ثم لانطلاقة الثورات العربية ،

فإنه ساهم بشكل فاعل ومؤثر في ديمومتها وتصعيدها حتى حققت بعضها أهدافها المرجوة في مدة يسيرة.

وهكذا برز مفهوم المقاومة الإعلامية الذي ضم بين طياته أمرين عظيمين: تبني الإعلام المقاوم وتبني عملية تحرير الإعلام العربي والإسلامي من التبعية والهيمنة والاختراق الإعلامي والثقافي والمعرفي والأكاديمي الذي تولى كبره الإعلام الغربي والإعلام المتغرب.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة التي تسعى أولاً إلى ترسيخ مفهوم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها، ومن ثم بنائها على وفق التخطيط الاستراتيجي متخذة من الإعلام المقاوم والممانع ميداناً لبلورة الأفكار، والارتقاء بها بما يتناسب وحاجة الأمة إليها سعياً منا إلى بناء صرح إعلامي ملتزم وهادف يحمل رسالة الأمة إلى الإنسانية جمعاء، وممانع يواجه مشاريع التبعة والهيمنة والاختراق، ولذا جاءت هذه الدراسة في قسمين رئيسين:

القسم الأول: التأصيل والتنظير، وضم الفصول الآتية:

الفصل الأول: مفهوم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها

الفصل الثاني: استراتيجية المقاومة الإعلامية

الفصل الثالث: صناعة المقاومة الإعلامية (الإعلام المقاوم أنموذجاً)

والقسم الثاني: الجانب التطبيقي؛ وضم ثلاثة فصول أيضاً هي:

الفصل الرابع: الإعلام المقاوم (العراق أنموذجاً)

الفصل الخامس: الممانعة الإعلامية – الإعلام العربي والإسلامي المستقل (قناة الجزيرة والفضائيات الإسلامية أنموذجاً)

الفصل السادس: السياسات الإعلامية الأمريكية المضادة بعد ٢٠٠٣ وسبل مواجهتها.

إن هذه الدراسة هي حصيلة جهود عقد أو أكثر من المواكبة والمشاركة الإعلامية لحركة المقاومة والثورة التي شهدتها الساحتان العربية والإسلامية نسأل الله التوفيق والقبول، وتلاقح أفكار بصورة مباشرة وغير مباشرة مع الخبراء والقادة فالرؤية الجمعية خير وارسخ.

وأخيرا أود التنبيه إلى صدور عدد من الدراسات والمؤلفات التي تحدثت عن الإعلام المقاوم والممانع اقتبست جلها من كتاباتنا لاسيما المنشورة على مواقع الانترنت بعضها أشار إليها وغفل آخرون عن ذلك كلياً أو جزئياً، وهذا باستثناء مراعاة الأمانة العلمية ، مغفور من قبلنا لأن غايتنا أن تصل الكلمة وتنمو الفكرة وليتكامل المشروع بإذن الله تعالى .

ولا يفوتني في الختام أن أتقدم بالشكر إلى الأخوة العاملين في وكالة حق الإخبارية على ما بذلوه من جهد وعون لإتمام هذا العمل، وكذلك كل من طالع مسودة الكتاب وقدم نصحاً ساهم في رصانته أو إضافة أغنت عباراته.

نسأل الله العظيم رب العرش العظيم أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه وأن ينفع به إنه سميع مجيب.

الرواشدي

بغداد ٢٠١٢

القسم الأول: التأصيل والتنظير

الفصل الأول: مفهوم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها

الفصل الثاني: استراتيجية المقاومة الإعلامية

الفصل الثالث: صناعة المقاومة الإعلامية (الإعلام المقاوم أنموذجاً)

الفصل الأول

مفهوم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها

المبحث الأول

مفهوم المقاومة الإعلامية

تعريف المقاومة الإعلامية:

سيتم تعريف المقاومة الإعلامية باعتبارها مركباً إضافياً من (المقاومة والإعلام) ومن ثم تعريفها كمصطلح قائم بذاته مع التفاتة إلى بعض المصطلحات التي تقارب مفهوم المقاومة الإعلامية.

المقاومة هي : الدفاع عن الحقوق ، أو هي حق الدفاع المشروع.

وهي ضمن السنن الكونية: طاقة حيوية تتمتع بها جميع الكائنات لتحافظ بها على حياتها كما تصد بها محاولة النيل من سلامتها وأمنها.

وضمن النظام الدولي : نشاط استراتيجي تزاوله الدول والمجتمعات والأفراد لمنع حدوث العدوان ابتداء أو مدافعته إذا حدث ثم تتبعه حتى يكف المعتدي عن عدوانه ويتحقق السلام الدولي.

استخدام القوة المسلحة من جانب عناصر وطنية من غير أفراد القوات المسلحة النظامية ، دفاعاً عن المعالم الوطنية ضد قوى أجنبية ، وسواء كانت تلك العناصر تعمل في إطار تنظيم ، يخضع لإشراف وتوجيه سلطة قانونية أو واقعية أو كانت تعمل بناء على مبادرتها الخاصة ، وسواء باشرت هذا الاستخدام للقوة المسلحة فوق الإقليم الوطني أو من قواعد خارج الإقليم [1].

---

(١) دراسة مشروعية الجزاءات الدولية والتدخل الدولي ضد ليبيا والسودان والصومال ، د. جمال الضمور ص ١٩٣ عن استراتيجية المقاومة الشاملة ص ٢٩.

وقانونياً: أي نشاط مسلح تقوم به الشعوب ضد مستعمريها أو محتلي أرضها أو من يمارسون ضدها تفرقة عنصرية صارخة وصريحة، أو هي تعني بصفة عامة نضال الشعوب المسلح من أجل الحصول على الحق في تقرير المصير[1].

الإعلام لغةً: من أعلم أي قام بالتعريف والإخبار لغيره، وأعـلمَ، أي: أخبـرَ، لذلك تقول العرب: أعلمُ فلاناً الخبر، أي: أخبرهُ بهِ.

واصطلاحاً: هو انتقال "معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة بحيث تنتشر فتصبح لهم لغة للتفاهم واصطلاحاً للتعامل ووسيلة للمشاركة "[2].

وأما الإعلام عند المعاصرين: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهم وميولهم[3].

مقاربة اصطلاحية:

قبل أن نعرف المقاومة الإعلامية كمصطلح قائم بذاته ، نقف عند بعض المصطلحات ذات العلاقة والتي تقارب في مفهومها أو دلالاتها المقاومة الإعلامية ومنها:

الإعلام المقاوم: وقد عرفه الأستاذ رأفت مرة[4] بأنه: الإعلام الذي يحمل مشروع المقاومة وهويتها، ويتبنى المقاومة نهجاً أساسياً وقضية دائمـة، وليسـت موسميـة أو آنية، أي في وقت الأحداث فقط، ويتحمل النتائج المترتبة على ذلك.

---

(١) المصدر السابق ص ٢٩.

(٢) وسائل الإعلام: ص ٤٠.

(٣) الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية: د. ابراهيم إمام ص٢٧.

(٤) رئيس تحرير مجلة فلسطين المسلمة.

ويعرفه فتحي حماد[1] **بأنه** : الإعلام الذي يدافع عن قضايا الأمة، والذي يتمسك بالثوابت الإسلاميَّة والوطنيَّة دون دعم أي مفاوضات يتم من خلالها التنازل عن هذه الحقوق».

ويرى مصطفى الصوّاف بأنه: الإعلام الذي يعبِّر عن مقاومة شعب ضد المحتل من خلال استراتيجية إعلامية تعتمد على دعوة الرأي العام إلى مساندة المقاومة ودعمها والتركيز على دورها وأهميتها وتضحياتها وإنجازاتها.

وجمعاً لما سبق يمكن صياغة تعريف جامع للإعلام المقاوم بأنه:

"الإعلام الذي يحمل مشروع المقاومة وهويتها ، ويتبنى المقاومة نهجاً وقضية، ويدعو الرأي العام إلى مساندة المقاومة ودعمها والتركيز على رسالتها وعرض إنجازاتها ، ويتبنى الحرب النفسية ضد العدو بالوسائل المتاحة"[2].

الإعلام الجهادي : وهو تزويد الجماهير بحقائق الجهاد ومقاصده وآثاره، ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات المتعلقة به بصورة صحيحة ومنضبطة وموثقة داخل الأمة الإسلامية وخارجها بقصد الإقناع والتأثير من خلال وسائل الإعلام ، وكذلك رد الشبهات والافتراءات والشائعات التي تثار حوله للطعن فيه وفي أهله وتحفيز المسلمين لأدائه أو دعمه[3] .

الجهاد الإعلامي: هو أداء فريضة الجهاد في سبيل الله إعلامياً، أو ممارسة

---

(١) رئيس مجلس إدارة شبكة «الأقصى» الإعلاميَّة.

(٢) معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، د. طه أحمد، بغداد – دار الفجر، عمان – دار النفائس، ط١/ ٢٠١٠، ص ٤٦.

(٣) الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل ، ونرى أن المصطلح الشرعي هو الإعلام الجهادي، أما الإعلام المقاوم فهو قاسم مشترك بين كل الجماعات المقاومة على اختلاف مرجعياتها الفكرية ودوافعها القتالية، فإن لم يقتصر على مفهوم الإعلام الجهادي فيمكن الجمع بينهما تحت مسمى إعلام المقاومة الجهادية، ينظر دراسة : الإعلام المقاوم .. صناعة للوعي وإشراقة للمستقبل ، مجلة البيان السعودية ، العدد ٢٥٦، النسخة الالكترونية..

النشاط الإعلامي في ساحة الجهاد ، فالأصل هنا العمل الجهادي والإعلام تبع له.

ويتميز الجهاد عن المقاومة بأمور منها :

١- إن لفظة الجهاد إسلامية خالصة ، بينما المقاومة لفظ عام تشترك به كل حركات المقاومة مهما تنوعت مرجعياتها ودوافعها.

٢-الجهاد في التصور الإسلامي أعم من المقاومة ، إذ المقاومة مندرجة ضمن أحد قسمي الجهاد وهو جهاد الدفع.

٣-مقاومة العدو ودفعه أحد مقاصد الجهاد ، لأن الجهاد هو في سبيل الله تعالى .

تعريف المقاومة الإعلامية:

يمكن أن نعرف المقاومة الإعلامية بأنها: النشاط الاتصالي الذي يقاوم الغزو والعدوان على الأمة بكل صوره، ويواجه الهيمنة والتبعية والاختراق، ويقدم رسالة الأمة وقضاياها ذات العلاقة.

النشاط الاتصالي: قيد لإخراج ما سواه من الأنشطة المقاومة كالمسلحة والاقتصادية والسياسية وغيرها، ويتضمن أنماط الاتصال كافة (الدعاية والإعلام والعلاقات العامة والحرب النفسية والإعلان) .

يقاوم: قيد يتضمن إدراج الإعلام المقاوم كأحد شقي المقاومة الإعلامية.

الغزو: عملية دخول منظم إلى أرض تخص جماعة أخرى من دون إرادة أهلها وبهدف الاستيلاء عليها واحتلالها ظلماً وعدواناً[١].

الغزو الثقافي: هو أخطر أشكال الاحتلال المعاصر؛ لأنه يسهم في إضعاف الشعوب عن أمرها في معتقداتها وثقافتها وقيمها عن طريق نشر لغة المحتل وثقافته.

---

(١) موسوعة السياسة، عبد الوهاب الكيالي، المؤسسة العربية للدراسات والنشر- بيروت، ج٤/ ٣٥٢.

العدوان: لقد استطاعت الجمعية العمومية للأمم المتحدة بعد طول نقاش وتداول التوصل في ١٤ /١٢/ ١٩٧٤م، في جلستها المنعقدة بكامل هيئتها، إلى اتخاذ قرار رقم ٣٣١٤ بتعريف العدوان في مادتها الأولى على الشكل التالي (١):

العدوان: هو استعمال القوة المسلحة من قبل دولة ضد سيادة دولة أخرى وضد سلامة أراضيها أو استقلالها السياسي أو كل وسيلة أخرى تتعارض وميثاق الأمم المتحدة (٢).

---

(١) ينظر موسوعة السياسة ج٤م ٤٠ – ٤١ .

(٢) وأما باقي المواد فهي:

المادة الثانية : إن استعمال القوة المسلحة من قبل دولة كانت البادئة في العمل ، منتهكة الميثاق يشكل البرهان الكافي ، في النظرة الأولى ، على العمل العدواني وذلك على الرغم من أن مجلس الأمن يستطيع أن يستنتج ، وفقاً للميثاق ، إن إثبات وقوع عمل عدواني ليس مبرراً نظراً للظروف الخاصة الأخرى ، بما في ذلك كون هذه الأعمال موضع النقاش أو عواقبها ليست على القدر اللازم من الخطورة.

المادة الثالثة: إن عملاً من الأعمال التي سيلي ذكرها أدناه ، سواء كان هناك إعلان حرب أم لا ، تجتمع فيها ، بعد الأخذ بعين الاعتبار أحكام المادة الثانية ووفقاً لها ، شروط عمل عدواني :

غزو أراضي دولة أو مهاجمتها بواسطة القوات المسلحة لدولة أخرى ، أو أي احتلال عسكري ، ولو مؤقت ، ناتج عن مثل هذا الغزو أو الهجوم ، أو أي ضم ، بواسطة استعمال القوة لأراضي أو جزء من أراضي دولة أخرى .

القصف ، بواسطة القوات المسلحة لدولة ، لأراضي دولة أخرى ، أو استعمال دولة من الدول لكافة الأسلحة ضد أراضي دولة أخرى .

حصار الموانئ أو الشواطئ التابعة لدولة بواسطة القوات المسلحة لدولة أخرى .

هجوم القوات المسلحة لدولة ضد القوات المسلحة البرية أو البحرية أو الجوية أو ضد البحرية والطيران المدنيين لدولة أخرى .

استعمال القوات المسلحة التابعة لدولة والمرابطة في أراضي دولة أخرى بالاتفاق مع الدولة المضيفة خلافاً للشروط المنصوص عليها في الاتفاق أو أي تمديد لوجودها فوق الأراضي المذكورة إلى ما بعد انقضاء مدة الاتفاق.

قبول دولة بأن تستعمل أراضيها، التي وضعتها بتصرف دولة أخرى، من قبل هذه الدولة الأخيرة لارتكاب عمل عدواني ضد دولة ثالثة. =

الاحتلال: أقدم أشكال الاستعمار التي عرفتها البشرية عبر تاريخها الطويل، وهو عبارةعن لجوء الدول الاستعمارية القوية إلى تحقيق أغراضها الاستعمارية

=إرسال دولة أو باسمها لعصابات أو جماعات مسلحة ولقوات غير نظامية أو لمرتزقة وقيام هذه الأخيرة بارتكاب أعمال قوة مسلحة ضد دولة أخرى تكون على درجة من الخطورة بحيث تتساوى مع الأعمال التي جرى تعدادها أعلاه أو الالتزام بشكل كبير بمثل هذا العمل .

المادة الخامسة: إن الأعمال التي جرى تعدادها أعلاه ليست حصرية إذ إن في إمكان مجلس الأمن أم يصف أعمالاً أخرى بأنها أعمال عدوانية وذلك وفقاً لأحكام الميثاق .

المادة الخامسة :

ليس هنالك أي اعتبار، مهما كانت طبيعته، سياسياً كان أو اقتصادياً أو عسكرياً أو غيره، يمكن أن يبرر العدوان.

إن الحرب العدوانية هي جريمة ضد السلام الدولي ، وتترتب على العدوان المسؤولية الدولية.

إن أي مكسب إقليمي أو أية فائدة خاصة تم تحقيقها على إثر عدوان ليسا شرعيين ولا يمكن الاعتراف بهما كذلك .

المادة السادسة: لا شيء في التعريف الحالي يمكن أن يؤول مستقبلاً على أنه يوسع أو يقلص ، بشكل من الأشكال ، من أثر الميثاق ، بما في ذلك الأحكام الخاصة بالحالات التي يكون فيها استعمال القوة مشروعاً.

المادة السابعة :لا شيء في التعريف الحالي ، وخاصة في المادة الثالثة ما يمكن أن يلحق الضرر مستقبلاً، بأي شكل من الأشكال ، بحق الشعوب في تقرير المصير والحرية والاستقلال ، هذه الشعوب المحرومة من التمتع بهذا الحق عن طريق القوة وذلك تبعاً للميثاق ، وهذه الحقوق إنما يشير إليها الإعلان الخاص بمبادئ القانون الدولي المتعلق بعلاقات الصداقة والتعاون بين الدول وفقاً لميثاق الأمم المتحدة ، وعلى الأخص الشعوب الخاضعة لأنظمة استعمارية أو عنصرية أو لأشكال أخرى من السيطرة الأجنبية ، وكذلك بحق هذه الشعوب نفسها في النضال من أجل هذه الغاية والسعي إلى دعم والحصول عليه وفقاً لمبادئ الميثاق وانسجاماً مع الإعلان المذكور أعلاه.

المادة الثامنة :إن الأحكام التي سبقت ، في تأويلها وفي تطبيقها ، مرتبطة ببعضها البعض وينبغي أن يؤول كل حكم منها في إطار الأحكام الأخرى.

ويمكن إطلاق العدوان المباشر على الحالات أعلاه ، فإن هنالك ما يطلق عليه العدوان غير المباشر والذي يؤدي إلى الاستفزاز والانتقال إلى العدوان المباشر مثل ، العدوان السياسي والعدوان الاقتصادي والعدوان الثقافي وغيرها.

باستخدام القوه العسكرية.

أو هو قيام دولة بالسيطرة على إقليم دولة أخرى أو إقليم في دولة أخرى عن طريق العمليات العسكرية، وهذا الاحتلال يرتب نتائج قانونية متعلقة بحقوق والتزامات كل الأطراف من جنود احتلال وجنود الدولة الواقعة تحت الاحتلال ومدنيين.

الاستعمار: هو ظاهرة تهدف إلى سيطرة دولة قوية على دولة ضعيفة وبسط نفوذها من أجل استغلال خيراتها في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهي بالتالي نهب وسلب منظم لثروات البلاد المستعمرة فضلاً عن تحطيم كرامة شعوب تلك البلاد وتدمير تراثها الحضاري والثقافي، وفرض ثقافة الاستعمار على أنها الثقافة الوحيدة القادرة على نقل البلاد المستعمرة إلى مرحلة الحضارة، وهو نوعان:

١- **الاستعمار القديم:**السيطرة التي تفرضها دولة قوية على دولة ضعيفة بهدف استغلال ثرواتها البشرية والطبيعية وتسخيرها لخدمة مصالحها.

٢- **الاستعمار الحديث:**فرض التبعية السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية على الدولة المستعمرة مع الاعتراف باستقلالها وسيادتها الرسمية.

صوره: أي أن المقاومة الإعلامية تواجه وتتناول في تغطيتها وتحليلاتها جميع صور العدوان المادية والمعنوية سواء أكان العدوان عسكرياً أم اقتصادياً أم سياسياً أم دبلوماسياً أم اجتماعياً أم ثقافياً وبلا شك إعلامياً.

ويواجه الهيمنة والتبعية والاختراق: قيد لتضمين الإعلام العام الممانع، وإخراج الإعلام المقاوم الذي هو جزء منها كما بينا في أول التعريف.

والهيمنة والتبعية كلاهما يدلان على الخضوع للآخرين، إلا أنه في الهيمنة يكون بدافع تسلط الآخرين، وفي التبعية يكون بدافع الانقياد الذاتي للآخرين.

وقد قيل بأنه لا يحق لدولة أن تدعي أنها مستقلة إذا كانت وسائلها الإعلامية تحت سيطرة أجنبية ، ووسائلنا الإعلامية تخضع للغرب حتى قبيل مطلع الألفية الثالثة، وحددت الدكتورة عواطف عبد الرحمن أهم صور التبعية الإعلامية وهي ثلاث:

١- التبعية التكنولوجية للدول الغربية .

٢- التبعية السوسيوثقافية للشركات متعددة الجنسيات، من خلال الإعلانات إذ تسوق أيضاً سلعاً استهلاكية ثقافية واجتماعية لا حصر لها تهدف في الغالب إلى نشر أفكار ومعتقدات تؤدي إلى تعميق الاغترار الثقافي والاجتماعي لدى شعوب العالم الثالث، كما تتعرض مقومات الشخصية العربية (والإسلامية) والثقافة للتشويه والمسخ والاغتراب الحاد .

٣- التبعية الأكاديمية لمعاهد وكليات الإعلام الغربية[1].

وأما الاختراق فهي سياسة تنتهجها الدول الكبرى إزاء المؤسسات والأنظمة التي لها ممانعة إلى حد ما تجاه ثقافة الغرب ومادته الإعلامية ،"لقد حل الاختراق محل الاستتباع فتحولت التبعية الثقافية إلى عملية تكريس لثقافة الاختراق "[2].

ويقدم رسالة الأمة وقضاياها، من أجل المزاوجة بين المعالجة السلبية التي تكتفي بصد العدوان أو كونها رد فعل لأعمال الآخرين، وبين المعالجة الإيجابية بأن تبادر إلى تقديم رسالتها والتعريف بقضاياها وهذا الأصل في نشاط الإعلام الإسلامي وكذا الإعلام العربي الممانع.

---

(١) ينظر قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، د. عواطف عبد الرحمن ، الكويت ، عالم المعرفة – ١٩٨٤ ،ص ١٠٠-١٠٣ بتصرف واختصار.

(٢) المسألة الثقافية ، محمد عابد الجابري ، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٤، ص ١٧١ .

المبحث الثاني

مشروعية المقاومة الإعلامية

إن مقاومة العدوان والاحتلال أمر أقرته شرائع السماء وقوانين الأرض، وهذا ينطبق على كل ما يندرج تحت مفهوم المقاومة من جزئيات وأنواع كالمقاومة العسكرية والاقتصادية والسياسية والدبلوماسية والاجتماعية والثقافية ومنها المقاومة الإعلامية .

ومعالجة مسألة مشروعية المقاومة الإعلامية يمكن أن ننظر إليها من زاويتين:

١- كونها جزءاً من المقاومة المسلحة.

٢- أو أنها أمر مستقل قائم بذاته مندرج ضمن أقسام المقاومة.

وفي كلا الأمرين سنحاول أن نستعرض مشروعية المقاومة الإعلامية من الجانب الفقهي والجانب القانوني .

أولاً: المشروعية الفقهية :

مشروعية المقاومة الإعلامية كجزء من المقاومة المسلحة:

إن مفهوم مقاومة العدوان مندرج تحت مصطلح الجهاد والقتال في سبيل الله ضمن منظومة الفقه الإسلامي ، وتمثل جهاد الدفع بشكل أدق ، فقد قسم الفقهاء الجهاد إلى نوعين: جهاد طلب وجهاد دفع، وعلى ضوء ذلك يحدد حكمه ومشروعيته:

١-**جهاد طلب:** وهو طلب العدو الكافر وقتاله في عقر داره عندما تبدو لولي أمر المسلمين المصلحة في ذلك ، ويطلق عليه بعض فقهاء القانون: مقاومة الردع أو المقاومة الرادعة، وحكمه هو فرض كفاية عند جمهور الفقهاء، فإذا قام به من يكفي سقط وجوبه عن غيرهم، وإن لم يقم به من يكفي أثم الناس كلهم: فالخطاب في ابتدائه يتناول الجميع، وفي هذا النوع ينتقل حكم الجهاد من فرض

كفائي إلى فرض عين في صورتين:

الأولى:- إذا حضر المقاتل ساحة المعركة فإنه يتعين عليه القتال لقوله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا لَقِيتُمْ فِئَةً فَٱثْبُتُواْ وَٱذْكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٤٥﴾ ﴾ [الأنفال: ٤٥]، وقوله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا لَقِيتُمُ ٱلَّذِينَ كَفَرُواْ زَحْفًا فَلَا تُوَلُّوهُمُ ٱلْأَدْبَارَ ﴿١٥﴾ ﴾ [الأنفال: ١٥] وقال بعض الفقهاء: يتعين بالتحاق المتطوع بصفوف المقاتلين، وإن لم يبدأ بالقتال بعد، لأن التحاقه بصفوف المجاهدين شروع، والشروع ملزم هنا، لضرورات تنظيمية، وهو فرض أيضاً على الجنود المجندة، أي: الذين يأخذون رواتب ثابتة من الدولة كجنود في الجيش[١].

الثانية:- إذا استنفر الحاكم الشرعي أحداً من المكلفين أو الناس جميعاً فإنه لا يسعهم إلا إجابته لقوله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ مَا لَكُمْ إِذَا قِيلَ لَكُمُ ٱنفِرُواْ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ ٱثَّاقَلْتُمْ إِلَى ٱلْأَرْضِ أَرَضِيتُم بِٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا مِنَ ٱلْءَاخِرَةِ فَمَا مَتَٰعُ ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا فِى ٱلْءَاخِرَةِ إِلَّا قَلِيلٌ ﴿٣٨﴾ ﴾ [التوبة: ٣٨]؛ وقوله عليه الصلاة والسلام: (لا هجرة بعد الفتح ولكن جهاد ونية وإذا استنفرتم فانفروا) متفق عليه[٢]، أي: إذا طُلب منكم الخروج للقتال فاخرجوا.

وإذا كان القتال هنا فرض كفاية فإنه لا يسافر إليه الولد إلاّ بإذن أبويه، ولا الزوجة إلاّ بإذن الزوج، ولا المدين المعسر إلا بإذن الدائن، لما يترتب على ذلك من تضييع للحقوق العينية الواجبة.

٢-جهاد دفع: وهو القتال لدفع العدو الصائل على المسلمين أو بلاد المسلمين ، وهذه النوع هو ما يطلق عليه المقاومة المسلحة بالمفهوم المعاصر، أو مقاومة المنع أو المقاومة المانعة ، فإذا حضر العدو إلى بلد من بلاد المسلمين فإنه يجب على أهل البلد جميعاً رجالهم ونسائهم أن يخرجوا لقتاله، ولا يحل لأحد أن يتخلى عن القيام

(١) الموسوعة الفقهية الميسرة : د. محمد رواس قلعة جي ١/ ٦٧٤ .

(٢) رواه البخاري (حديث ٢٦٣١) ، ومسلم (حديث ٤٩٣٦).

بهذا الواجب لقوله الله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ قَٰتِلُواْ ٱلَّذِينَ يَلُونَكُم مِّنَ ٱلْكُفَّارِ وَلْيَجِدُواْ فِيكُمْ غِلْظَةً وَٱعْلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ مَعَ ٱلْمُتَّقِينَ ﴿١٢٣﴾ ﴾ [التوبة: ١٢٣]، وعلى غيرهم من المسلمين إعانتهم بكل ما يحتاجون إليه من سلاح أو عتاد أو رجال، لأن بلاد المسلمين كالبلد الواحد، وفي هذا النوع تسقط شروط الاستئذان التي وضعها الفقهاء لجهاد الطلب.

يقول القرطبي: (قد تكون حالة يجب فيها نفير الكل، وذلك إذا تعين الجهاد بغلبة العدو على قطر من الأقطار، فإن كان ذلك، وجب على جميع أهل تلك الدار أن ينفروا ويخرجوا إليه خفافاً وثقالاً شباباً وشيوخاً، كل على قدر طاقته، ولا يتخلف أحد يقدر على الخروج... ولو قارب العدو دار الإسلام ولم يدخلوها لزمهم أيضاً الخروج إليه، حتى يظهر دين الله وتُحمى البيضة وتحفظ الحوزة ويُخزى العدو ولا خلاف في هذا)[1]؛ ويقول الآلوسي عن قتال الكفار: وهو فرض عين إن دخلوا بلادنا، وفرض كفاية إن كانوا ببلادهم[2].

مشروعية المقاومة الإسلامية المعاصرة:

هذا بشكل عام وزيادة في التأكيد على شرعية المقاومة حينما يستجد قيامها في أي بلد مسلم، نجد الفقهاء والعلماء يصدرون فتاوى تتعلق بحكم كل حالة استناداً إلى هذه الأصول كما في حركات التحرر الإسلامي ضد قوى الاستعمار والاستدمار، ومنها في فلسطين وأفغانستان والصومال والشيشان والبوسنة والهرسك وكوسوفو، وفي العراق فقد أفتى كثير من العلماء والمؤسسات الفقهية بأن الجهاد في العراق هو جهاد دفع وعلى ضوئه تم التأصيل الشرعي للمجاميع الجهادية في العراق ومنه استمدت شرعيتها.

---

(١) الجامع لأحكام القرآن، القرطبي، (١٠ / ٤٨٧).

(٢) تفسير روح المعاني، الآلوسي، (٢/ ١٠٦).

ومن تلكم الفتاوى[1] :

- ما أصدره مركز البحوث الإسلامية في جامعة الأزهر في ١١/ ٣/ ٢٠٠٣ وجاء فيه : يعتقد الجميع أن العدوان على العراق واقع لا محالة، وهنا وبمنطق وشريعة الإسلام أنه إذا نزل العدو في أرض المسلمين يصبح الجهاد فرض عين على كل مسلم ومسلمة؛ لأن أمتنا العربية والمسلمة ستكون أمام غزوة صليبية جديدة تستهدف الأرض والعرض والعقيدة والوطن.

وبناء عليه فإن مجمع البحوث الإسلامية بالأزهر الشريف يدعو العرب والمسلمين في كل أنحاء العالم أن يكونوا على استعداد للدفاع عن أنفسهم وعن عقيدتهم، وأن يعتصموا بحبل الله جميعًا ولا يتفرقوا، ويكونوا فوق ما يحيطهم من خلافات حتى يقضي الله أمرًا كان مفعولاً.

ويدعو المجمع جميع العرب والمسلمين في كل أنحاء العالم ألا يهنوا وألا يضعفوا أمام هذا العدوان؛ لأن الحق تبارك وتعالى متكفل بنصرة دينه وإظهاره على الدين كله.

بيان لعلماء ومثقفي العراق المستقلين وصدر في ٢٠٠٢/١١/٤م، أي: قبل بدء العدوان الأمريكي على العراق وجاء فيه: وعلى هذا يجب على المسلمين نصرة شعب العراق المسلم في دفع عدوان الأمريكان عليه بكل وسيلة ممكنة والامتناع التام من نصرة الأمريكان المعتدين.

وبعد أن حدث العدوان أصدر هؤلاء العلماء والمثقفون بياناً ثانياً يوم الأحد ٢٧ محرم ١٤٢٤هـالموافق ٣٠ مارس ٢٠٠٣م جاء فيه : أن الجهاد أصبح فرض عين، فقد احتلت الأرض، وهتك العرض، وانتهكت الحرمات، وأزهقت الأرواح، ودمرت الممتلكات، وكل ذلك على نحو مسموع ومرئي مما يثير الحليم ويعيد الحمية لفاقدها ،

(١) مقتبسة من كتاب الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل للكاتب، ضمن الملحق الثالث.

ويضيف البيان : على عموم المسلمين، بل وعلى كل مسلم لا يعيقه عن الجهاد عذر شرعي وجوب التوجه إلى العراق والاشتراك مع المجاهدين من أفراد الجيش والمتطوعين في قتال العدو امتثالاً لأمر الله تعالى في نصرة إخوانهم ونيلاً للشهادة التي يتمناها كل مسلم. وهي حاصلة بحول الله لكل من يسقط في هذا الميدان فهو شهيد عند الله تعالى؛ لأنه يدافع عن دينه وعرضه ووطنه وبهذا المعنى جاء الحديث الشريف. وأكد البيان على صور أخرى لمقاومة العدوان وهي واجبة بحق المسلمين جميعاً: يجب على كل مسلم الاشتراك في جهاد الأعداء الكفرة عن طريق بذل المال وأي عون آخر (مادي وإعلاني وتقني) للمجاهدين المقاتلين للأعداء، ولأهل العراق الذين أصابهم الضرر والأذى من هؤلاء الكفرة الغزاة المعتدين

كما أصدر مجمع علماء الشريعة بأمريكا بياناً بعد حدوث العدوان الأمريكي على العراق جاء فيه :

١-أن ما يقوده التحالف الأمريكي البريطاني على أرض العراق من حرب ظالمة يعد جريمة منكرة وعدواناً صارخًا تدينه الأرض والسماء، بل هو سطو مسلح! وصيال على الأنفس والأموال والأعراض لا تحله شريعة ولا قانون.

٢-أن جهاد الدفع متعين على جميع العراقيين، لا إذن فيه لأحد، ولا يستثني منه أحد، لقوله تعالى: ﴿ٱنفِرُواْ خِفَافًا وَثِقَالًا وَجَٰهِدُواْ بِأَمْوَٰلِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٤١﴾﴾[التوبة: ٤١] ولإجماع أهل العلم قاطبة على ذلك.

٣-إن الجهاد ماض مع كل بر وفاجر إلى يوم القيامة ما قوتل الكفار وكانت لهم شوكة، فلا يبطله جور جائر ولا عدل عادل.

٤-إن على بقية الأمة شعوبًا وحكومات إقرار أهل العراق على دفع هذا العدوان، وإمدادهم بكل ما يحتاجون إليه من أنواع الدعم الأدبي والمادي إلى أن ينقشع هذا العدوان وتنكسر شوكته.

مشروعية المقاومة الإعلامية بحد ذاتها:

إن مفهوم المقاومة الإعلامية مندرج ضمن الجهاد بالكلمة أو الجهاد باللسان، أو الجهاد الإعلامي، وهو أمر مشروع بالكتاب والسنة ومن الأدلة على ذلك:

قوله تعالى: ﴿فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدْهُم بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا ﴿٥٢﴾﴾ [الفرقان: ٥٢].

فالجهاد في هذه الآية مقصور على الدعوة بالحجة والبيان لا بالسيف والسنان،ولذا كانت المقاومة باللسان –أي: المقاومة الدعوية والإعلامية– هي أول ما شرعه الله تعالى من أنواع الجهاد والمقاومة منذ البعثة وخلال المرحلة المكية، يقول الشافعي رحمه الله: ففرض عليه إبلاغهم ولم يفرض عليه قتالهم وأبان ذلك في غير آية من كتابه[١]، ويقول ابن تيمية رحمه الله: فكان النبي صلى الله عليه وسلم في أول الأمر مأموراً أن يجاهد الكفار بلسانه لا بيده فيدعوهم ويعظهم ويجادلهم بالتي هي أحسن، ويجاهدهم بالقرآن جهاداً كبيراً قال تعالى في سورة الفرقان وهي مكية: ﴿فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدْهُم بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا ﴿٥٢﴾﴾ [الفرقان: ٥٢]: وكان مأموراً، بالكف عن قتالهم[٢].

ويقول ابن كثير: كان المؤمنون في ابتداء الإسلام –وهم بمكة– مأمورين بالصلاة والزكاة وإن لم تكن ذاتَ النُّصب، وكانوا مأمورين بمواساة الفقراء منهم، وكانوا مأمورين بالصفح والعفو عن المشركين والصبر إلى حين، وكانوا يتحرقون ويودون لو أمروا بالقتال ليشتفوا من أعدائهم، ولم يكن الحال إذ ذاك مناسباً لأسباب كثيرة؛ منها: قلة عددهم بالنسبة إلى كثرة عدد عدوهم، ومنها: كونهم كانوا في بلدهم وهو بلد حرام، وأشرف بقاع الأرض، فلم يكن الأمر بالقتال فيه ابتداء كما يقال، فلهذا لم يؤمر بالجهاد إلا بالمدينة لما صارت لهم دار ومَنَعة وأنصار[٣].

---

(١) أحكام القرآن:الإمام الشافعي ٢ / ٩.

(٢) الجواب الصحيح : الإمام ابن تيمية ١ / ٢٣٧.

(٣) تفسير ابن كثير ١/ ٥٢٦.

ولذا نهى النبي صلى الله عليه وسلم أصحابه عن قتال أهل مكة في تلك المدة عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ، أَنَّ عَبْدَ الرَّحْمَنِ بْنَ عَوْفٍ وَأَصْحَابًا لَهُ أَتَوْا النَّبِيَّ صَلَّى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِمَكَّةَ فَقَالُوا: يَا رَسُولَ الله، إِنَّا كُنَّا فِي عِزٍّ وَنَحْنُ مُشْرِكُونَ، فَلَمَّا آمَنَّا صِرْنَا أَذِلَّةً، فَقَالَ: «إِنِّي أُمِرْتُ بِالْعَفْوِ، فَلَا تُقَاتِلُوا» فَلَمَّا حَوَّلَنَا الله إِلَى الْمَدِينَةِ، أَمَرَنَا بِالْقِتَالِ فَكَفُّوا[1]، ولما استأذنه أهل يثرب الذين بايعوه ليلة العقبة أن يميلوا على أهل منى فيقتلوهم ، قَالَ رَسُولُ الله صَلَّى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:« ارْفَعُوا إِلَى رِحَالِكُمْ قَالَ: فَقَالَ لَهُ الْعَبَّاسُ بْنُ عُبَادَةَ بْنِ نَضْلَةَ: وَالَّذِي بَعَثَكَ بِالْحَقِّ لَئِنْ شِئْتَ لَنَمِيلَنَّ عَلَى أَهْلِ مِنًى غَدًا بِأَسْيَافِنَا، قَالَ: فَقَالَ رَسُولُ الله صَلَّى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:«لَمْ أُومَرْ بِذَلِكَ[2]».

ويندرج ضمن هذا المفهوم كل الآيات التي تحدثت عن الدعوة والحوار والمجادلة بالتي هي أحسن مع المشركين والكفار.

ومن الأدلة قوله عليه الصلاة والسلام: «جَاهِدُوا الْمُشْرِكِينَ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ وَأَلْسِنَتِكُمْ[3]»، واللسان مظنة الإعلام في لغة العصر، وهذا يفيد مشروعية الإعلام المقاوم، وفعل الأمر يقتضي الوجوب، وضمير الجمع يدل على أن الأمة جميعها مخاطبة بذلك، وأنه عمل جماعي فهو أبلغ في الأداء.

أمر النبي صلى الله عليه وسلم شعراء الإسلام بالرد على إعلام المشركين وشعرائهم حيث قال لحسان بن ثابت رضي الله عنه : (يا حسان أجب عن رسول الله صلى الله عليه وسلم، اللَّهُمَّ أيده بروح القدس)[4]، وفي رواية أنه صلى الله عليه وسلم قال لحسان: (اهجهم – أو هاجهم – وجبريل معك) ، وقال صلى الله عليه و سلم يوم قريظة لحسان بن ثابت (اهج المشركين فإن جبريل معك) [5]، ومعنى (أجب عن

---

(١) رواه النسائي (حديث ٣٠٨٦) وقال الألباني: حديث صحيح.

(٢) رواه أحمد في مسنده (حديث ١٥٧٩٨).

(٣) رواه أبو داود (حديث ٢٥٠٦) ، والنسائي (حديث ٣٠٩٦) ،وقال الألباني صحيح،

(٤) رواه البخاري (حديث ٤٤٢) ومسلم (حديث ٦٥٤١).

(٥) رواه البخاري (حديث٣٨٩٧) ومسلم (حديث ٦٥٤٢)

رسول الله) دافع عنه وأجب الكفار على هجائهم له ولأصحابه، (بروح القدس) هو جبريل عليه السلام، وقد صرح به في الحديث الثاني.

ونلاحظ أن النبي عليه الصلاة والسلام خاطبه بفعل الأمر، فالإعلام المقاوم فرض على كل قادر عليه، أو متصدر له.

ثانياً: المشروعية القانونية :

وسنتناولها أيضاً ضمن محورين اثنين وهما:

المقاومة الإعلامية كجزء من المقاومة المسلحة:

لقد أعطى القانون الدولي للشعوب في سعيها المشروع نحو الحصول على حقها في تقرير المصير وممارسة هذا الحق في أن تسلك من الوسائل السلمية وغير السلمية ما تراه مناسبا لها [(١)].

فقد أصدرت الأمم المتحدة لا سيما جمعيتها العامة قرارات عدة أكدت فيها حق الشعوب في الكفاح ومقاومة السلطات المستعمرة أو المحتلة، أو تلك التي تمارس تفرقة عنصرية صارخة، وإسباغ حماية أسرى الحرب على أفراد المقاومة الشعبية المسلحة وحركات التحرر الوطني، ومن أبرز هذه القرارات : ما جاء في المادة ٥١ من ميثاقها التي تنص :

ليس في هذا الميثاق ما يضعف أو ينتقص الحق الطبيعي للدول، فرادى أو جماعات، في الدفاع عن أنفسهم إذا اعتدت قوة مسلحة على أحد أعضاء "الأمم المتحدة" وذلك إلى أن يتخذ مجلس الأمن التدابير اللازمة لحفظ السلم والأمن الدولي، والتدابير التي اتخذها الأعضاء استعمالاً لحق الدفاع عن النفس تبلغ إلى

---

(١) الوضع القانوني للمقاومة الفلسطينية المسلحة في ضوء أحكام القانون الدولي، د. محمد شوقي عبدالعال ص٢٧، ينظر استراتيجية المقاومة الشاملة ص ٢٨.

المجلس فوراً، ولا تؤثر تلك التدابير بأي حال فيما للمجلس - بمقتضى سلطته ومسؤولياته المستمرة من أحكام هذا الميثاق - من الحق في أن يتخذ في أي وقت ما يرى ضرورة لاتخاذه من الأعمال لحفظ السلم والأمن الدولي أو إعادته إلى نصابه.

ومنها القرار رقم ٢٦٤٩ / د- ٢٥ والمؤرخ في ٣٠ نوفمبر ١٩٧٠، والقرار ٢٨٥٢ / د- ٢٦ والصادر في عام ١٩٧١، وفي البرنامج الذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة في ١٢/ ١٠/ ١٩٧٢ وعنوانه " برنامج العمل من أجل التنفيذ التام لإعلان منح الاستقلال للبلدان والشعوب المستعمرة، ومنها القرار الصادر في ١٩٧٧ وجاء فيه:

تؤكد الجمعية العامة من جديد مشروعية كفاح الشعوب في سبيل الاستقلال والسلامة الإقليمية، والوحدة الوطنية، والتحرر من السيطرة الاستعمارية والأجنبية، ومن التحكم الأجنبي بجميع ما أتيح لهذه الشعوب من وسائل بما في ذلك الكفاح المسلح[1].

كما أعلنت الجمعية العامة للأمم المتحدة في القرار رقم ٣١٠٣ في ١٢/ ١٢ / ١٩٧٣، مجموعة من المبادئ الأساسية لتثبيت ذلك، ومنها:

١- نضال الشعوب الواقعة تحت السيطرة الاستعمارية والأجنبية والأنظمة العنصرية في سبيل تحقيق حقها في تقرير المصير والاستقلال هو نضال شرعي ويتفق تماماً مع مبادئ القانون الدولي.

٢- إن أية محاولة لقمع هذا النضال هي مخالفة لميثاق الأمم المتحدة ولإعلان مبادئ القانون الدولي الخاصة بالعلاقات الودية والتعاون بين الدول.

٣- إن النزاعات المسلحة التي تنضوي على هذا النضال يجب أن ينظر إليها باعتبارها نزعات دولية مسلحة بالمعنى الوارد في اتفاقيات جنيف ١٩٤٩

---

(١) هيثم الكيلاني، الإرهاب يؤسس دولة، نموذج إسرائيل، دار الشروق – القاهرة ط١ / ١٩٩٧ ص ٢٢.

والخاصة بالنزاعات المسلحة والوضع القانوني للمحاربين.

٤- إن المناضلين ضد السيطرة الاستعمارية والأجنبية والأنظمة العنصرية إذا ما وقعوا في أيدي أعدائهم يعتبرون أسرى، وتنطبق عليهم أحكام القانون الدولي المناسبة وخاصة اتفاقية جنيف الخاصة بمعاملة أسرى الحرب (١٩٤٩م).

٥- إن قيام النظم الاستعمارية والعنصرية باستخدام المرتزقة ضد حركات التحرر القومي التي تكافح في سبيل حريتها واستقلاليتها يعتبر عملاً إجرامياً، ويعاقب المرتزقة بناء على ذلك باعتبارهم مجرمين.

٦- إن انتهاك المركز القانوني للمقاتلين الذين يكافحون ضد السيطرة الاستعمارية والأجنبية والنظم العنصرية أثناء المنازعات المسلحة تترتب عليه مسؤولية تامة وفقاً لقواعد القانون الدولي.

وغيرها من القرارات العديدة التي أصدرتها الأمم المتحدة والمنظمات الدولية الإقليمية لاسيما جامعة الدول العربية، والتي اعترفت فيها بحركات المقاومة الشعبية المسلحة، وبشرعية كفاحها المسلح وتمثيلها لشعوبها، كما اعترفت لها بحضور اجتماعاتها ومؤتمراتها بصفة مراقبين، فضلاً عن ممارسات الدول والتي تجسدت في اعتراف عدد كبير منها بهذه الحركات والدخول معها في علاقات دولية ومد يد العون لها[1].

وفي حرب العراق التي بدأتها أمريكا وبريطانيا من دون أي غطاء قانوني ولا تخويل مشروع، حتى أطلق عليها مجلس الأمن صفة الاحتلال، فقد أصدر مجلس الأمن في حزيران ٢٠٠٣ القرار ١٤٨٣، وورد في الفقرتين ١٣ و ١٤ إن المجلس يسلم بالصلاحيات والمسؤوليات والالتزامات المحددة بموجب القانون الدولي المنطبق

---

(١) دراسة الوضع القانوني للمقاومة الفلسطينية للدكتور محمد شوقي عبد العال، ضمن إستراتيجية المقاومة الشاملة ص ٣٤- ٣٥.

على الولايات المتحدة وبريطانيا بوصفهما دولتين قائمتين بالاحتلال تحت قيادة موحدة.

كما أصدر المجلس القرار ١٥١١ الذي منح "الشرعية" للاحتلال واعترف بـ "مجلس الحكم" الذي شكله الحاكم المدني في قوات الاحتلال والتي تنص إحدى فقراته على أن المجلس يرحب بذلك وأنه سيتم، بحلول ٣٠ حزيران ٢٠٠٤ أيضاً، انتهاء الاحتلال، وانتهاء وجود سلطة الائتلاف المؤقتة، وبأن العراق سيؤكد من جديد سيادته الكاملة.

مشروعية المقاومة الإعلامية لذاتها :

إن التأكيد على مشروعية المقاومة الإعلامية، وحث وسائل الإعلام كافة على تبني حق الشعوب في مقاومة الاحتلال ورد العدوان، تجلت في القوانين الإعلامية وبخاصة مواثيق الشرف الإعلامي التي أصدرتها جهات دولية وعربية وإسلامية، ونلاحظ أنها تحدثت عن المقاومة بشقيها (الإعلام المقاوم، والإعلام الممانع)، ومن أبرز ما جاء فيها[1] :

اشتركت الدول: الإفريقية والآسيوية وكتلة عدم الانحياز داخل اجتماعات "اليونسكو" في عام ١٩٧٨م ، على وضع نظام إعلامي جديد يتيح لهذه الدول كسر الاحتكار والتركيز في الإعلام الدولي على عدة دول لا تتعدى أصابع اليد الواحدة، وفي اجتماعات "اليونسكو" في باريس يوم ٢٢ نوفمبر ١٩٧٨ صدر النص الكامل لإعلان "اليونسكو" حول وسائل الإعلام وتضمن ١١ مادة ومن أبرز ما جاء فيها مما يتعلق بالدعم الإعلامي للمقاومة :

---

(١) قد يتحفظ بعضهم عن قوة هذا الإلزام إذ لا يتمتع بغطاء قانوني، ونقول: إن كثيراً من الإعلاميين (مؤسسات وأفراد) لاسيما من يحترم مهنته، فإنه يلتزم بهذه المواثيق أكثر من القوانين التي تسنها الدول ولاسيما المتعسفة منها في هذا المجال ، كما أن بعض المواثيق معتمدة من منظمات دولية ومن الدول التي تشارك في صياغتها أو تبناها في المؤتمرات التي تشارك فيها بصورة رسمية ،

المادة الثانية:

"إنَّ وسائل الإعلام تستطيع بما لها من دور أن تساهم مساهمة فعالة لتعزيز حقوق الإنسان وخاصة بالتعبير عن الشعوب المضطهدة التي تناضل ضد الاستعمار، والاستعمار الحديث والاحتلال الأجنبي وكل مظاهر التمييز العنصري والاضطهاد والتي لا تستطيع أن تجعل أصواتها مسموعة داخل أراضيها" .

المادة السادسة :

ولإقامة توازن جديد ومزيد من التبادل في انتقال المعلومات، الأمر الذي سيؤدي إلى إقامة سلام عادل ودائم، وإلى الاستقلال السياسي والاقتصادي للدول النامية، فإنه لمن الضروري تصحيح وضع عدم المساواة في تدفق الأنباء من وإلى الدول النامية وبين هذه الدول ، ولذلك فلا بد أن توفر لوسائلها الإعلامية الظروف والموارد التي تمكنها من اكتساب القوة والتوسع، وأن تتعاون مع بعضها البعض ومع وسائل الإعلام في الدول المتقدمة .

ونص ميثاق الشرف الإعلامي العربي الذي بحثه مجلس وزراء الإعلام العرب في دورة انعقاده الرابع عشرة بالقاهرة (٢-١٩٧٨/٨/٣) على التزام الإعلاميين بأهداف الجماهير وحق الأمة العربية في وحدتها وحريتها وتقدمها ، وجاء في المادة السادسة منه : تلتزم وسائل الإعلام العربية بالنضال ضد الاستعمار بجميع أشكاله والعدوان بمختلف أساليبه .

المادة العاشرة:

يتعين على وسائل الإعلام العربي أن تعطي أهمية خاصة للأخبار والمواد الإعلامية العربية عامة، وللأخبار والمواد الإعلامية التي تقدمها وكالات الأنباء العربية والصديقة خاصة.

وأكد ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي الذي أعدته منظمة إذاعات الدول

الإسلامية في رجب ١٣٩٥ هـالموافق تموز ١٩٧٥م، هذا الحق، وألزم الإعلاميين الإسلاميين بالمقاومة الإعلامية التي تنص المادة الخامسة منه على أن: يلتزم الإذاعيون المسلمون بالجهاد ضد الاستعمار بكافة أشكاله والعدوان بشتى صوره، وبالحركات الفاشية والعنصرية ،وبالجهاد ضد الصهيونية والاستعمار الاستيطاني وأشكال القمع والقهر التي تمارسها إسرائيل ضد الشعب الفلسطيني، وباليقظة الكاملة لمواجهة تلك الغزوة الضارية التي تستهدف تقويض الذات الإسلامية.

وفيما يتعلق بالمقاومة الإعلامية للتبعية والاختراق ، فقد نصت المادة السابعة على أن: تلتزم الإذاعات بالتدقيق فيما يذاع وينتج ويعرض من برامج وأفلام ومسلسلات، إسلامية أو أجنبية، حماية للأجيال الصاعدة، ولثقافة الشباب، والأجيال المسلمة وحرصاً على تربيتها تربية صحيحة وصيانتها من التأثيرات السلبية والضارة لمضامين المواد الأجنبية والمحلية على السواء وحفاظاً على شخصيتها من الذوبان، وتأكيداً لحرصها على عزل التأثيرات الخطيرة المحدقة بالثقافة العربية وإبطال مفعولها.

ونصت المادة الثالثة عشرة على البديل: يجب على الإذاعات الإسلامية أن تعطى الأولوية للأخبار والمواد الإعلامية والإسلامية عامة والأخبار والمواد الإعلامية التي تقدمها وكالات الأنباء في الدول الإسلامية خاصة.

ونص ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي: الذي أقره المؤتمر الأول للإعلام الإسلامي العالمي الذي عقد في جاكرتا في ٣ / ٩ / ١٩٨٠م في المادة الرابعة منه: التي تلزم الإعلاميين ووسائل الإعلام أن يتعهدوا بالمجاهدة من أجل تحرير فلسطين وفي مقدمتها القدس وكافة الأقطار الإسلامية المضطهدة[1].

ونص ميثاق الشرف الذي أعدته رابطة الصحافة الإسلامية على: أن تتحمل

---

(١) المرجعية الإعلامية في الإسلام ص ٢٥٣ .

الصحافة الإسلامية مسؤولية الحفاظ على هوية الأمة وعقيدتها وفكرها من أي اعتداء، كما تتحمل مسؤولية الحفاظ على سلامة المجتمع ونسيجه الاجتماعي وآدابه العامة التي ينبغي مراعاتها.

خلاصة:

١- إن المقاومة (المسلحة وغير المسلحة) للاحتلال مشروعة لجميع أبناء الشعوب المحتلة، فهو فرض عين في الفقه الإسلامي، وواجب في القانون الدولي.

٢- إن الحكم الفقهي للمقاومة الإعلامية سواء تبعاً للمقاومة المسلحة أو لذاتها يدور بين الفرض العيني والفرض الكفائي تبعاً لطبيعة القتال دفعاً أو طلباً، ويقيد أحد الباحثين هذا الأمر بالطاقة والقدرة : فما كان مستطاعاً للأفراد فهو فرض عين على كل واحد، وما كان فوق طاقة الإنسان الفرد فهو فرض جماعي ينتقل من فرض العين العام (على الجميع) إلى فرض الكفاية (فرض عين خاص) على المتخصصين القادرين في هذا المجال[1] .

٣- لقد نصت النصوص أعلاه على أن المقاومة الإعلامية هي جزء هام وركن من أركان الجهاد والمقاومة، وحكمها تبع للحكم العام، فللجزء حكم الكل، فهي فرض بلغة الفقه وواجب بلغة القانون.

٤- إن المقاومة الإعلامية وإن لم تندرج تحت المقاومة المسلحة تنظيمياً فإنها مشروعة وواجبة وفرض على كل قادر ومتخصص في ذلك لتحرر الأمتين العربية والإسلامية من التبعية للغرب ووقف الاختراق الغربي لمجتمعاتنا.

---

(١) استراتيجية المقاومة الشاملة ص ٢٤ .

المبحث الثالث

صور المقاومة الإعلامية ومراحلها

صور المقاومة الإعلامية

قبل أن نبين صور المقاومة الإعلامية نحدد أولاً صور الجهاد باللسان كما قررها العلماء استنباطاً من النصوص الشرعية ومن خلالها نعرج بالحديث عن صور المقاومة الإعلامية وهي:

صور الجهاد باللسان:

التفرغ العلمي للإنذار والتعليم والدعوة والتربية والإرشاد:

يقول الله تعالى: ﴿ ۞ وَمَا كَانَ ٱلْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُواْ كَآفَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَآئِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُواْ فِى ٱلدِّينِ وَلِيُنذِرُواْ قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوٓاْ إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴿١٢٢﴾ ﴾ [التوبة: ١٢٢]، والمقصد من تفرغ هؤلاء التفقه في الدين، وخاصة المسائل المتعلقة بالجهاد وتوابعه وإنذار أبناء الأمة (ومنهم المجاهدون ومناصروهم) بتبصيرهم بما تواجهه أمتهم من تحديات، ودعوتهم إلى إحياء فريضة الجهاد لكونها من أجل السبل وأعظمها لنصرة الدين، كما أن انشغال المجاهدين بالقتال يجعلهم بحاجة إلى التذكير والنصح خاصة في زمن الدخن،وكذلك بتقديم الدراسات الشرعية التي تعالج القضايا التي تستجد بتطبيقاتها على أرض المعركة كالمفاوضات والرهائن والهدنة والتحالفات وإقامة الإمارات الإسلامية وغيرها.

على أن هذا التفرغ لا يعني الهجرة أو الفرار من أرض الجهاد والرباط لأنه من مهام هذه الطائفة إعداد جيل إيماني جهادي لمواصلة حمل الرسالة ورفد الثغور خاصة في الحروب الطويلة والمتواصلة، ونحن ندرك أن الحرب ضد الإسلام والمسلمين متجددة ومتواصلة إلى يوم القيامة، قال الله تعالى: ﴿وَلَا يَزَالُونَ يُقَٰتِلُونَكُمْ حَتَّىٰ

﴿يَرُدُّوكُمْ عَن دِينِكُمْ إِنِ اسْتَطَاعُوا ۚ وَمَن يَرْتَدِدْ مِنكُمْ عَن دِينِهِ فَيَمُتْ وَهُوَ كَافِرٌ فَأُولَٰئِكَ حَبِطَتْ أَعْمَالُهُمْ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۖ وَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾ [البقرة: ٢١٧]، وفعل المضارع يفيد التجديد والاستمرارية، وكذلك الحال والاستقبال فلا بد من الاستمرار والتواصل الدائم في إعداد الجيل المجاهد.

النصح للمسلمين والمجاهدين[١]:

وله صور لا تعد ولا تحصى، فمنها نقل أخبار المشركين ومخططاتهم إلى المسلمين ليحذروها، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿وَجَاءَ رَجُلٌ مِّنْ أَقْصَى الْمَدِينَةِ يَسْعَىٰ قَالَ يَا مُوسَىٰ إِنَّ الْمَلَأَ يَأْتَمِرُونَ بِكَ لِيَقْتُلُوكَ فَاخْرُجْ إِنِّي لَكَ مِنَ النَّاصِحِينَ (٢٠)﴾ [القصص: ٢٠]، ففي هذه الآية تحذير المؤمنين مما يدبره لهم الكافرون من المكر والكيد، ومن النصح للمجاهد أن تعينه على التخفي من عدوه، وتساعده في ذلك ما استطعت إذا احتاج إلى ذلك، ومنها تزويد المسلمين بكل ما يعينهم على قتال عدوهم من معلومات وخبرات، مع كتمان أسرار المسلمين. وقال شيخ الإسلام ابن تيمية في سياق كلامه عن جهاد المرتدين: ويجب على كل مسلم أن يقوم في ذلك بحسب ما يقدر عليه من الواجب فلا يحل لأحد أن يكتم ما يعرفه من أخبارهم، بل يفشيها ويظهرها ليعرف المسلمون حقيقة حالهم، ولا يحل لأحد أن يعاونهم على بقائهم في الجند والمستخدمين، ولا يحل لأحد السكوت عن القيام عليهم بما أمر الله به ورسوله، ولا يحل لأحد أن ينهى عن القيام بما أمر الله به ورسوله، فإن هذا من أعظم أبواب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والجهاد في سبيل الله تعالى، وقد قال الله لنبيه صلى الله عليه وسلم: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ جَاهِدِ الْكُفَّارَ وَالْمُنَافِقِينَ وَاغْلُظْ عَلَيْهِمْ﴾ [التوبة: ٧٣]، وهؤلاء لا يخرجون عن الكفار والمنافقين[٢].

---

(١) الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل ، كتاب الكتروني

(٢) (مجموع الفتاوى) ج ٣٥ / ١٥٩

الدعاء:

إن من أعظم ما يعين به المعذورون إخوانهم الغزاة هو الدعاء لهم بالنصر ولعدوهم بالخذلان. فقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «هَلْ تُنْصَرُونَ وَتُرْزَقُونَ إلا بِضُعَفَائِكُمْ»[1]، (بضعفائكم) ببركتهم ودعائهم لصفاء ضمائرهم وقلة تعلقهم بزخرف الدنيا فيغلب عليهم الإخلاص في العبادة ويستجاب دعاؤهم، وهذا توضحه رواية أخرى للحديث: «إِنَّمَا يَنْصُرُ الله هَذِهِ الأُمَّةَ بِضَعِيفِهَا بِدَعْوَتِهِمْ وَصَلَاتِهِمْ وَإِخْلاصِهِمْ»[2].

وقال ابن القيم رحمه الله في قصيدته النونية الموسومة بالكافية الشافية في الانتصار للفرقة الناجية:

هـذا ونصـر الدين فــرض لازم لا للـكـفاية بل عـلى الأعـيـان

بـيـد وإما باللـسانِ فـإنْ عجـز تَ فـبالـتوجه والدعا بـجـنــان

المقاومة الإعلامية بوسائلها كافة (المرئية والمسموعة والمقروءة والشفهية):

وتتجلى ميادينها من خلال توظيف الوسائل الدعوية والإعلامية كالمواعظ والمحاضرات والندوات واللقاءات في التحريض على الجهاد، ورد الشبهات والافتراءات التي تثار عليه وأهله، ورفد الساحة الجهادية بالأشعار والأناشيد الإسلامية والآثار الأدبية التي تحرض على الجهاد والاستشهاد وأيضاً توثقه وتعمل على رفع الروح المعنوية للمجاهدين، وكذلك إرعاب العدو وتخذيل أعوانه، والاستنفار لدعم هذه الفريضة وتوثيقها بالأفلام والتقارير، كل ذلك من خلال أنماط الاتصال وفنونه عموماً ووسائل الإعلام على وجه الخصوص وهي:

١- الدعاية الإعلامية لقضية الجهاد المقاوم.

---

(١) رواه البخاري (حديث ٢٧٣٩).

(٢) رواه النسائي (حديث ٣١٧٨).

٢- ممارسة الحرب النفسية ضد العدو.

٣- تحشيد الأساليب الإعلانية للترويج لمشروع المقاومة.

٤- تنشيط العلاقات العامة بما يعزز مواقف المقاومة.

مراحل المقاومة الإعلامية:

إن فريضة الجهاد بشكل عام (ومنه المقاومة) تمر بثلاث مراحل هي: الإعداد والاستعداد للقيام بهذه الفريضة ، والقيام بدفع العدوان وإزالته إذا وقع ، ومحاولة منعه وردعه قبل حدوثه كي لا يقع، وعلى ضوء ذلك تمر المقاومة الإعلامية بشقيها بثلاث مراحل[1] أيضا وهي :

مرحلة الإعداد : لقوله تعالى: ﴿ وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا سَبَقُوا إِنَّهُمْ لَا يُعْجِزُونَ ﴿٥٩﴾ وَأَعِدُّوا لَهُم مَّا اسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ وَمِن رِّبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِن دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنفِقُوا مِن شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴿٦٠﴾ ﴾ [الأنفال: ٥٩ – ٦٠]، وهذه تعد أولى المراحل وأهمها لكونها الأساس الذي ستبنى عليه المراحل الأخرى ، وكلما كان بناء صرح المقاومة الإعلامية متيناً ومتكاملاً من حيث الرسالة والوسائل والكوادر والمؤسسات كانت احتمالية النصر الإعلامي للأمة أكبر.

مرحلة الدفع : وهي المرحلة التي تنطق في صد العدوان على الأمة سواء كان عدواناً مسلحاً فتكون جزءاً من جهاد الدفع أو المقاومة الدافعة ، أو لصد العدوان الإعلامي والثقافي ، من خلال مقاومة التبعية والهيمنة والاختراق.

مرحلة الردع: وهي المرحلة التي تواكب المبادرة في ردع العدوان قبل وقوعه، وهي جزء من جهاد الطلب، أو المقاومة الرادعة، وتتمثل أيضاً بالإعلام المبادر في تقديم رسالته إلى العالم.

---

(١) ولذا صنف جمال قطب في دراسته شرعية المقاومة دراسة فقهية، المقاومة ثلاثة أنواع (مقاومة مانعة ودافعة ورادعة) ينظر استراتيجية المقاومة الشاملة ص ١٧.

الفصل الثاني

استراتيجية المقاومة الإعلامية

المبحث الأول

مفهوم الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي

أولاً: مفهوم الاستراتيجية:

إن الاستراتيجية strategy مفهوم قديم اشتق من كلمة (Strategus) اللاتينية، التي كانت تعني القائد العراف والعليم بقيادة الجيوش، ودخل لأول مرة كمصطلح عسكري يتناول فن القيادة ليركز على كل ما يقود إلى تحقيق النصر في الحرب، فعرفت أنها إنجاز الهدف العام الذي يتم اختياره [1].

ثم اعتمدت الاستراتيجية كمفهوم سياسي عندما أشار ميكافيلي في كتابه الأمير الذي نشر في أوائل القرن السادس عشر إلى دور الاستراتيجية في ملاحظاته لحوادث عديدة، واستخلص أن الناس يميلون عادة إلى ما يهدفون إليه وليس ما يفرض عليهم من اتجاه.

واهتم علم الاقتصاد بالاستراتيجية على المستوى الكلي منذ أواخر القرن التاسع عشر، ثم دخلت في العلوم الإدارية وخاصة في مجال إدارة الأعمال في بداية القرن العشرين مع نشر كتاب مبادئ الإدارة العامة لتايلور – الصادر عام ١٩١١.

وتطور مفهوم الاستراتيجية بتطور المجتمعات البشرية، فتوسع ليدخل في كل الحقول المعرفية، بعد أن كان مقتصراً على العلوم العسكرية [2].

---

(١) هنالك كتب وأبحاث عدة في هذا الجانب، وسنعتمد في تحديد مفهوم الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي على كتاب التخطيط الاستراتيجي للدكتور هوشيار معروف ص ١٥ – ١٦.

ويرتبط مفهوم الاستراتيجية بمجموعة متوافقة من الأهداف والسياسات والخطط.

تعريف الاستراتيجية:

يعرفها (واغنالز) في القاموس الانكليزي ؛ بأنها: "فن استخدام الوسائل لتحقيق الأغراض" وتشمل أربع نواحي:

١- اختيار الأهداف وتحديدها.

٢- اختيار الأساليب العملية وتحديدها لتحقيق الأهداف.

٣- وضع الخطط التنفيذية بكافة خطواتها.

٤- تنسيق النواحي المتصلة[١].

كما تعرف على أنها (ترتيب الأهداف العامة إلى أولويات طبقاً للمبادئ والقيم والحاجات الأساسية).

وتعرف على أنها (اختيار أفضل البدائل لتحقيق أهداف أو غايات تعبر عن حاجة أو حاجات معينة للمجتمع، ومثل هذه الأهداف العامة يشتق منها أهداف مرحلية محددة، وهذه بدورها تشتق منها المهام التي تعبر عن برنامج أو جزء من برنامج).

ويتضح من التعريفات آنفة الذكر أن الاستراتيجية هي خطة أو مجموعة من (الخطط) تضمها خطة كبرى، ترسم لتحقيق هدف أو (أهداف) محددة (تعبر عن حاجات معينة) ومن البديهي أن تحقيق الأهداف لا يتم إلا عبر تنفيذ الخطة من خلال إجراءات متتابعة، يتم فيها (استخدام الوسائل) التي تمكن الإجراءات من الوصول إلى الأهداف باختيار (الأساليب العملية)، أو اختيار (أفضل

---

(١) استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، صالح خليل أبو أصبع، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان/ الأردن، ط١، ١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٥م، ص ٧٨.

البدائل)، ومن البديهي أيضاً أن تحديد الأساليب العملية، أو تحديد أفضل البدائل يتم عبر اعتماد الأسس العلمية، والقواعد المستمدة من معطيات العلوم ذات العلاقة بموضوعة الاستراتيجية[1].

واعلامياً **تعرف الاستراتيجية بأنها:** الخطة المبنية على قواعد تعتمد على الأسس العلمية المستمدة من معطيات علوم الاتصال والإعلام، والتي تستند إليها الإجراءات المتخذة، لتحقيق الهدف المحدد[2].

ثانياً: مفهوم التخطيط الاستراتيجي (الريادي):

برز مفهوم التخطيط الاستراتيجي (الريادي) ليشغل حيزاً كبيراً في إدارة المؤسسات والمشاريع، وذلك مع بداياته الأولى من نشوئه على يد رانسون في أوائل الستينيات القرن العشرين، وحظي باهتمام متزايد في البحث والتطبيق والدعم السياسي والاقتصادي.

تعريف التخطيط الاستراتيجي:

هو عملية التفكير المنطقي المنظم لتحليل الإمكانات المتاحة المادية والبشرية والمعنوية بأفضل أسلوب لتحقيق أهداف المؤسسة المرسومة، عملية بعيدة المدى تقود فيها الأهداف المقررة مسار تعبئة الموارد الجارية والكامنة من خلال سلسلة من المراحل، تبدأ بمسح الحالة الراهنة، وتشخيص الرؤية المستقبلية، وتمر بتحليل كمي ووصفي لنقاط القوة والضعف في البيئة الداخلية والفرص والمخاطر في البيئة الخارجية، فتصاغ خارطة التغيير الاستراتيجي والتي تخضع لآليات محددة للتنفيذ ولمقاييس معينة للمتابعة.

---

(١) ينظر كتاب استراتيجية الاتصال مع الآخر، د.فاروق ناجي ، بغداد – دار الفجر ، عمان – دار النفائس ط١/ ٢٠١٠، ص ٢٥.

(٢) المصدر السابق ص ٢٤

مزايا التخطيط:

يقدم التخطيط مجموعة من المزايا ذات الأبعاد الهامة لأية مؤسسة تتبناه أو تعتمده منها[1]:

١- تقديم برامج ناضجة تسوغ العمل ما دامت تحقق الأهداف.

٢- الابتعاد عن الارتجال في اتخاذ القرارات والإسراف في المال والجهد والوقت.

٣- الاستغلال الأمثل لوسائل الاتصال المتاحة للوصول إلى الجمهور.

٤- مساعدة المؤسسة على مواجهة الأحداث أو المواقف المفاجئة وغير المتوقعة التي تصادفها، سواء كانت داخلها أو خارجها.

٥- التنسيق بين فروع المؤسسة بما يكاملها.

٦- مراحل التخطيط الاستراتيجي.

٧- مسح الحالة الراهنة أو ما يعرف بتقرير الرسالة، حيث تحدد الإمكانيات والمشكلات ويتم تحليل تفصيلي لكيفية إنجاز الوقائع السائدة.

٨- تقرير الرؤية: والذي يتناول التحول المستقبلي من خلال الأهداف المحورية أو الأكثر فاعلية أو كفاءة لتحقيق هذا التحول.

٩- **تحليل كمي ووصفي**: بالاعتماد على مسوحات ميدانية وحقائق إحصائية وصفية لغرض الكشف عن نقاط القوة والضعف في البيئة الداخلية، والفرص والتحديات في البيئة الخارجية، فتحدد مجالات الأهداف وتفاصيل الموارد المتوقعة.

١٠- **صياغة الخطة الاستراتيجية**: وبموجبها يتم تحويل المهمة الاستراتيجية إلى مجموعة من الخطط ومن ثم يتم تنسيق هذه الخطط وتكاملها في إطار تركيبي

---

(١) العلاقات العامة النظرية والأساليب د. مهدي زويلف ود. أحمد القطامين ص ٤٩.

واحد يكفل عملية التغيير بعيدة المدى، وقد تتناول صياغة الخطة الاستراتيجية الاعتبارات الخاصة بالزمن والمكان والجماهير والمؤسسة والبيئة والتكنولوجيا وحتى السلوك.

١١-تنفيذ الخطة: حيث يجري تحليل الفجوة بين مسارات الخطط ببرامجها ومشروعاتها مع وقائع الإنجاز التطبيقي، فتشخص الانحرافات وتوضع المعالجات لتلافيها، كما وتكشف عن أساليب ووسائل مواجهة التغييرات التي تحدث في الظروف والموارد، بما يعزز تنفيذ الأهداف الاستراتيجية بأقصى كفاءة.

١٢-تقويم الثاني: لا بد من متابعة الخطة للتأكد من سير التنفيذ وتصحيح الانحرافات المكتشفة، والقيام بالتعديلات اللازمة.

مشروعية التخطيط:

إذا كان مفهوم التخطيط الاستراتيجي يعني رسم صورة أو تصور للمستقبل ، مع التصميم والتنظيم للعمل للوصول إليها ، فإن هذا المعنى يزخر به كتاب الله تعالى ، وله صور مشرقة في السنة النبوية مما يدل على مشروعيته.

فالعمل للآخرة والاستعداد ليوم الميعاد الذي حدده الله تعالى لعباده والسعي إليه والفوز بالجنة، يعد تخطيطاً استراتيجياً لجميع العباد في هذه الحياة الدنيا، وإن مرحلة النبوة التي تسبق الرسالة تعد تخطيطاً ربانياً لرسله للعمل في مرحلة الرسالة وتبليغ الناس دين الله تعالى.

ويحدد الله تعالى لبني آدم الرؤية الاستراتيجية لعملهم بالاستخلاف في الأرض يقول الله تعالى : ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَٰٓئِكَةِ إِنِّى جَاعِلٌ فِى ٱلْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوٓا۟ أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ ٱلدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۖ قَالَ إِنِّىٓ أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ (٣٠) وَعَلَّمَ ءَادَمَ ٱلْأَسْمَآءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى ٱلْمَلَٰٓئِكَةِ فَقَالَ أَنۢبِـُٔونِى بِأَسْمَآءِ هَٰٓؤُلَآءِ إِن كُنتُمْ صَٰدِقِينَ (٣١) قَالُوا۟

﴿سُبْحَٰنَكَ لَا عِلْمَ لَنَآ إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَآ إِنَّكَ أَنتَ ٱلْعَلِيمُ ٱلْحَكِيمُ ﴿٣٢﴾ قَالَ يَٰٓـَٔادَمُ أَنۢبِئْهُم بِأَسْمَآئِهِمْ فَلَمَّآ أَنۢبَأَهُم بِأَسْمَآئِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُل لَّكُمْ إِنِّىٓ أَعْلَمُ غَيْبَ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنتُمْ تَكْتُمُونَ ﴿٣٣﴾ وَإِذْ قُلْنَا لِلْمَلَٰٓئِكَةِ ٱسْجُدُوا۟ لِءَادَمَ فَسَجَدُوٓا۟ إِلَّآ إِبْلِيسَ أَبَىٰ وَٱسْتَكْبَرَ وَكَانَ مِنَ ٱلْكَٰفِرِينَ ﴿٣٤﴾﴾ [البقرة: ٣٠ – ٣٤].

وأما الرسالة فهي تتجسد بقوله تعالى: ﴿وَمَا خَلَقْتُ ٱلْجِنَّ وَٱلْإِنسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾﴾ [الذاريات: ٥٦].

وأما الغاية العظمى والهدف الأسمى، لنهاية الإنسان، فهي الآخرة وما فيها من نعيم وعذاب، مؤكداً أن على الإنسان أن يسعى ويكدح للتخطيط لهذه الآخرة: ﴿وَأَن لَّيْسَ لِلْإِنسَٰنِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُۥ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَىٰهُ ٱلْجَزَآءَ ٱلْأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ ٱلْمُنتَهَىٰ ﴿٤٢﴾﴾ [النجم: ٣٩ – ٤٢]، ويقول سبحانه: ﴿يَٰٓأَيُّهَا ٱلْإِنسَٰنُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدْحًا فَمُلَٰقِيهِ ﴿٦﴾ فَأَمَّا مَنْ أُوتِىَ كِتَٰبَهُۥ بِيَمِينِهِۦ ﴿٧﴾ فَسَوْفَ يُحَاسَبُ حِسَابًا يَسِيرًا ﴿٨﴾ وَيَنقَلِبُ إِلَىٰٓ أَهْلِهِۦ مَسْرُورًا ﴿٩﴾ وَأَمَّا مَنْ أُوتِىَ كِتَٰبَهُۥ وَرَآءَ ظَهْرِهِۦ ﴿١٠﴾ فَسَوْفَ يَدْعُوا۟ ثُبُورًا ﴿١١﴾ وَيَصْلَىٰ سَعِيرًا ﴿١٢﴾ إِنَّهُۥ كَانَ فِىٓ أَهْلِهِۦ مَسْرُورًا ﴿١٣﴾ إِنَّهُۥ ظَنَّ أَن لَّن يَحُورَ ﴿١٤﴾ بَلَىٰٓ إِنَّ رَبَّهُۥ كَانَ بِهِۦ بَصِيرًا ﴿١٥﴾﴾ [الانشقاق: ٦ – ١٥].

ويقول عز وجل: ﴿إِنَّ ٱلْأَبْرَارَ لَفِى نَعِيمٍ ﴿١٣﴾ وَإِنَّ ٱلْفُجَّارَ لَفِى جَحِيمٍ ﴿١٤﴾ يَصْلَوْنَهَا يَوْمَ ٱلدِّينِ ﴿١٥﴾ وَمَا هُمْ عَنْهَا بِغَآئِبِينَ ﴿١٦﴾ وَمَآ أَدْرَىٰكَ مَا يَوْمُ ٱلدِّينِ ﴿١٧﴾ ثُمَّ مَآ أَدْرَىٰكَ مَا يَوْمُ ٱلدِّينِ ﴿١٨﴾ يَوْمَ لَا تَمْلِكُ نَفْسٌ لِّنَفْسٍ شَيْـًٔا وَٱلْأَمْرُ يَوْمَئِذٍ لِّلَّهِ ﴿١٩﴾﴾ [الانفطار: ١٣ – ١٩].

ويخاطب الله تعالى عباده منبهاً إياهم على التخطيط للغد المتمثل بالآخرة وعدم الانشغال بالدنيا عنها: ﴿يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾ وَلَا تَكُونُوا۟ كَٱلَّذِينَ نَسُوا۟ ٱللَّهَ فَأَنسَىٰهُمْ أَنفُسَهُمْ أُو۟لَٰٓئِكَ هُمُ ٱلْفَٰسِقُونَ ﴿١٩﴾ لَا يَسْتَوِىٓ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ وَأَصْحَٰبُ ٱلْجَنَّةِ أَصْحَٰبُ ٱلْجَنَّةِ هُمُ ٱلْفَآئِزُونَ ﴿٢٠﴾﴾ [الحشر: ١٨ – ٢٠].

وإن عظمة الأمر تستدعي العمل الجاد المبني على التقوى: ﴿يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ ٱتَّقُوا۟ رَبَّكُمْ إِنَّ زَلْزَلَةَ ٱلسَّاعَةِ شَىْءٌ عَظِيمٌ ﴿١﴾ يَوْمَ تَرَوْنَهَا تَذْهَلُ كُلُّ مُرْضِعَةٍ عَمَّآ أَرْضَعَتْ وَتَضَعُ كُلُّ ذَاتِ حَمْلٍ حَمْلَهَا وَتَرَى ٱلنَّاسَ سُكَٰرَىٰ وَمَا هُم بِسُكَٰرَىٰ وَلَٰكِنَّ عَذَابَ ٱللَّهِ

شَدِيدٌ ﴾ [الحج: ١ – ٢].

ومن يطالع القرآن الكريم يجد صوراً عدة للخطط المستقبلية، منها ما جاء في قصة نبي الله موسى عليه السلام والعبد الصالح، حيث ذكرت وقائع لها نتائج مستقبلية مرجوة، يقول الله تعالى على لسان العبد الصالح: ﴿ أَمَّا ٱلسَّفِينَةُ فَكَانَتْ لِمَسَٰكِينَ يَعْمَلُونَ فِى ٱلْبَحْرِ فَأَرَدتُّ أَنْ أَعِيبَهَا وَكَانَ وَرَآءَهُم مَّلِكٌ يَأْخُذُ كُلَّ سَفِينَةٍ غَصْبًا ﴿٧٩﴾ وَأَمَّا ٱلْغُلَٰمُ فَكَانَ أَبَوَاهُ مُؤْمِنَيْنِ فَخَشِينَآ أَن يُرْهِقَهُمَا طُغْيَٰنًا وَكُفْرًا ﴿٨٠﴾ فَأَرَدْنَآ أَن يُبْدِلَهُمَا رَبُّهُمَا خَيْرًا مِّنْهُ زَكَوٰةً وَأَقْرَبَ رُحْمًا ﴿٨١﴾ وَأَمَّا ٱلْجِدَارُ فَكَانَ لِغُلَٰمَيْنِ يَتِيمَيْنِ فِى ٱلْمَدِينَةِ وَكَانَ تَحْتَهُۥ كَنزٌ لَّهُمَا وَكَانَ أَبُوهُمَا صَٰلِحًا فَأَرَادَ رَبُّكَ أَن يَبْلُغَآ أَشُدَّهُمَا وَيَسْتَخْرِجَا كَنزَهُمَا رَحْمَةً مِّن رَّبِّكَ وَمَا فَعَلْتُهُۥ عَنْ أَمْرِى ذَٰلِكَ تَأْوِيلُ مَا لَمْ تَسْطِع عَّلَيْهِ صَبْرًا ﴾ [الكهف: ٧٩ – ٨٢].

وأما التخطيط للأمور الدنيوية وفي الجانب الاقتصادي فيتجلى في قصة نبي الله يوسف عليه السلام وقد وضع لأهل مصر خطة لمدة ١٥ عاماً، راعى فيها سنوات الخصب والجدب، يقول الله تعالى على لسان يوسف عليه السلام: ﴿ قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدتُّمْ فَذَرُوهُ فِى سُنۢبُلِهِۦٓ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾ ثُمَّ يَأْتِى مِنۢ بَعْدِ ذَٰلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ ﴿٤٨﴾ ثُمَّ يَأْتِى مِنۢ بَعْدِ ذَٰلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ ٱلنَّاسُ وَفِيهِ يَعْصِرُونَ ﴿٤٩﴾ ﴾ [يوسف: ٤٧ – ٤٩].

وفي الجانب العسكري يتحدث القرآن عن خطة النبي عليه السلام في إحدى معاركه: ﴿ وَإِذْ غَدَوْتَ مِنْ أَهْلِكَ تُبَوِّئُ ٱلْمُؤْمِنِينَ مَقَٰعِدَ لِلْقِتَالِ ۗ وَٱللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٢١﴾ ﴾ [آل عمران: ١٢١]، بل يتحدث القرآن عن تخطيط عسكري لأهل الكتاب أمده بضع سنين، مع التفاتة إلى المسلمين أن يعدوا لذلك الأمر فإنهم سيكونون في المستقبل جزءاً من الصراع مع القوى الكبرى آنذاك إن أرادوا النصر من بعد تأييد الله لهم، يقول الله تعالى: ﴿ الٓمٓ ﴿١﴾ غُلِبَتِ ٱلرُّومُ ﴿٢﴾ فِىٓ أَدْنَى ٱلْأَرْضِ وَهُم مِّنۢ بَعْدِ غَلَبِهِمْ سَيَغْلِبُونَ ﴿٣﴾ فِى بِضْعِ سِنِينَ ۗ لِلَّهِ ٱلْأَمْرُ مِن قَبْلُ وَمِنۢ بَعْدُ ۚ وَيَوْمَئِذٍ يَفْرَحُ ٱلْمُؤْمِنُونَ ﴿٤﴾ بِنَصْرِ ٱللَّهِ ۚ يَنصُرُ مَن يَشَآءُ ۖ وَهُوَ ٱلْعَزِيزُ ٱلرَّحِيمُ ﴿٥﴾ ﴾ [الروم: ١ – ٥].

ولو طالعنا السنة النبوية لوجدناها غنية بالتخطيط المستقبلي ، بل وردت فيها مفردة الخطة للدلالة على الإعداد والعمل للمستقبل، وقد أعجب بعض المشركين بهذه الخطة وأنها تدل على الرشد وحسن التدبير ، يقول عليه الصلاة والسلام في يوم الحديبية :(والذي نفسي بيده لا يسألونني خطة يعظمون فيها حرمات الله إلا أعطيتهم إياها) ، ثم يقول صلى الله عليه و سلم لبُدَيْلِ بن ورقاء الخزاعي (إنا لم نجئ لقتال أحد، ولكنا جئنا معتمرين، وإن قريشاً قد نهكتهم الحرب وأضرت بهم، فإن شاؤوا ماددتهم مدة ويخلوا بيني وبين الناس، فإن أظهر فإن شاؤوا أن يدخلوا فيما دخل فيه الناس فعلوا، وإلا فقد جموا، وإن هم أبوا فوالذي نفسي بيده لأقاتلنهم على أمري هذا حتى تنفرد سالفتي ولينفذن الله أمره) ، فقال بُدَيْل سأبلغهم ما تقول، قال: فانطلق حتى أتى قريشاً، قال: إنا قد جئناكم من هذا الرجل وسمعناه يقول قولاً، فإن شئتم أن نعرضه عليكم فعلنا، فقال سفهاؤهم: لا حاجة لنا أن تخبرنا عنه بشيء وقال ذوو الرأي منهم: هاتِ ما سمعته، يقول: قال سمعته يقول كذا وكذا، فحدثهم بما قال النبي صلى الله عليه وسلم، فقام عروة بن مسعود فقال: أيْ قومِ، ألستم بالوالد ؟ قالوا: بلى، قال: أو لستُ بالولد ؟ قالوا: بلى، قال: فهل تتهمونني ؟ قالوا: لا، قال: ألستم تعلمون أني استنفرت أهل عكاظ فلما بلحوا عليّ جئتكم بأهلي وولدي ومن أطاعني ؟ قالوا: بلى، قال: فإن هذا قد عرض لكم خطة رشد اقبلوها [1].

وبين عليه الصلاة والسلام أن بعض الأنبياء كانوا يضعون الخطط المستقبلية المبنية على دراسة الوقائع ومتابعة الوحي ، بخلاف الكهانة المبنية على التخيلات ووساوس الشيطان والنظر في النجوم ، عَنْ مُعَاوِيَةَ بْنِ الْحَكَمِ السَّلَمِيِّ قَالَ: قُلْتُ: يَا رَسُولَ الله، إِنَّا حَدِيثُ عَهْدٍ بِجَاهِلِيَّةٍ، فَجَاءَ الله بِالْإِسْلَامِ، وَإِنَّ رِجَالًا مِنَّا يَتَطَيَّرُونَ. قَالَ: ذَاكَ شَيْءٌ يَجِدُونَهُ فِي صُدُورِهِمْ: فَلَا يَصُدَّنَّهُمْ، وَرِجَالٌ مِنَّا يَأْتُونَ الْكُهَّانَ، قَالَ: فَلَا تَأْتُوهُمْ، قَالَ: يَا رَسُولَ الله وَرِجَالٌ مِنَّا يَخُطُّونَ، قَالَ: كَانَ نَبِيٌّ مِنَ

---

(١) رواه البخاري (حديث ٢٥٨١)

الْأَنْبِيَاءِ يَخُطُّ فَمَنْ وَافَقَ خَطُّهُ فَذَاكَ[1]. يَخُطُّ، أي: يضع على الأرض خطوطاً.

وفي مسألة الهجرة يتجلى لنا التخطيط النبوي ومقومات اتخاذه القرار بالهجرة إلى الحبشة في ظل تسلط قريش وقوة علاقاتها الخارجية مع الدول المحيطة بها : وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم قد علم أن أَصْحَمَة النجاشي ملك الحبشة ملك عادل، لا يظلم عنده أحد، فأمر المسلمين أن يهاجروا إلى الحبشة فرارًا بدينهم من الفتن[2] . بل إن هجرته عليه الصلاة والسلام إلى المدينة كانت على إثر تخطيط محكم ودراسة متقنة، بدأت منذ أن عرض النبي عليه الصلاة والسلام نفسه على القبائل ولقائه بوفد من يثرب مروراً ببيعة العقبة الأولى وانتهاء بهجرته مع أبي بكر الصديق رضي الله عنه وما صاحبها من تدبير نبوي متقن ، ورؤية مستقبلية مدروسة من جميع جوانبها وأبعادها الزمانية والمكانية.

بل إنه عليه الصلاة والسلام حث أمته على التخطيط للمستقبل والتهيئة لأحداثه ووقائعه من خلال إخبارهم ببعض حوادثه ليجعلها إضاءات تنير لهم رؤيتهم المستقبلية، ويستهدون بها في تدبيرهم وإعدادهم للقادم ، مثل أحاديث الفتن والملاحم وأشراط الساعة وعلاماتها.

ويصبح لفظ الخطة متداولاً عند أصحاب النبي عليه الصلاة والسلام ، مما يدل على حسن تدبيرهم وقوة تخطيطهم واعتمادهم عليه في الإعداد للأمور القادمة : عن هِشَامٌ بن عروة ، عَنْ أَبِيهِ ، قَالَ : دَخَلْتُ أَنَا وَعَبْدُ اللهِ بْنُ الزُّبَيْرِ عَلَى أَسْمَاءَ قَبْلَ قَتْلِ عَبْدِ اللهِ بِعَشْرِ لَيَالٍ ، وَأَسْمَاءُ وَجِعَةٌ ، فَقَالَ لَهَا عَبْدُ اللهِ : كَيْفَ تَجِدِينَك ، قَالَتْ : وَجِعَةٌ ، قَالَ : إِنَّ فِي الْمَوْتِ لَعَافِيَةٌ ، قَالَتْ : لَعَلَّكَ تشمتُ بِمَوْتِي فَلِذَلِكَ تَتَمَنَّاهُ ؟ فَلاَ تَفْعَلْ ، فَوَاللهِ مَا أَشْتَهِي أَنْ أَمُوتَ حَتَّى يَأْتِيَ عَلَيَّ أَحد طَرفَيْك ، إِمَّا أَنْ تُقْتَلَ فَأَحْتَسِبَكَ، وَإِمَّا تَظْهَرَ فَتَقَرَّ عَيْنِي ، فَإِيَّاكَ أَنْ تُعْرَضَ عَلَيْك خِطَّةٌ، فلاَ

---

(١) رواه مسلم حديث (٥٩٥١).

(٢) الرحيق المختوم ، صفي الدين المباركفوري ص ٧٤.

تُوَافِقُك ، فَتَقْبَلُهَا كَرَاهَةَ الْمَوْتِ، قَالَ: وَإِنَّمَا عَنَى ابْنُ الزُّبَيْرِ لَيُقْتَل فَيُحْزِنُهَا ذَلِكَ[1].

وصار التخطيط (وقد يعبر عنه بالتدبير) سمة الدولة الإسلامية في عصور الخلافة ، وتجلت في أعمال الخليفة عمر بن الخطاب رضي الله عنه لاسيما بعد أن أنشأ الدواوين ، بل يَشترط بعضُ من كتب في السياسة الشرعية في اختيار العمال والولاة حسنَ تخطيطهم وأن يكونوا من أصحاب الرؤى المستقبلية ، يقول عبدالحميد بن يحيى أحد كتاب الدولة الأموية: إن الكاتب يعلم بحسن أدبه ، وبفضل عقله وسابق تجربته، يعلم الأمور والنوازل قبل نزولها ، فيعد لكل أمر عدته ، ويقول الدكتور يوسف القرضاوي : والحقيقة أن فكرة الدين في جوهرها قائمة على أساس التخطيط للمستقبل ، ففيه يأخذ المرء المتدين من يومه لغده ، وبعبارة أخرى ، يأخذ من حياته لموته ومن دنياه لآخرته ، ولا بد له أن يخطط حياته ، ويصنع لنفسه منهاجاً يوصله إلى الغاية ، وهي رضوان الله ومثوبته[2].

فالتدبير والتخطيط للمستقبل سمة من سمات الشريعة الإسلامية ، ومن خلاله تجعل المسلمين (أفراداً وجماعات) ، يعرفون ما يريدون ، وإلى أين يريدون أن يصلوا ، وكيفية الوصول إلى ما يريدون الوصول إليه سواء في الأمور الدنيوية أو أمور الآخرة ، وهو ليس رجماً بالغيب ، وإنما إعمال للعقل، وتوظيف للتفكير الذي وهبه الله تعالى للإنسان لتحقيق أهدافه الدينية والدنيوية باستغلال كل الظروف المتاحة لإنجاز ذلك بنجاح، يقول الله تعالى : ﴿وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِن كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾﴾ [القصص: ٧٧].

---

(١) رواه البخاري في الأدب المفرد (٥٠٩) وقال الألباني: حديث صحيح .

(٢) الرسول والعلم ، د. يوسف القرضاوي ، بيروت مؤسسة الرسالة ، ط٣، ١٩٨٥، ص ٤٤ .

المبحث الثاني

التخطيط للمقاومة الإعلامية

أولاً: تعريف التخطيط الإعلامي:

يرى كثير من الباحثين أن التخطيط الإعلامي لا يختلف مفهومه عن التخطيط بمفهومه العام، فالخاصية الأساسية للتخطيط هي تعلقه بالمستقبل، ولذا يعرف التخطيط الإعلامي عندهم بأنه: توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة، من أجل تحقيق أهداف معينة، في إطار السياسة الإعلامية أو الاتصالية، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات(١).

في حين يعرف آخرون التخطيط الريادي للعملية الإعلامية بأنه: رسم ذهني لدى المرسل، يعمل على تحقيق رؤية إعلامية من خلال تحديد الرسالة والأهداف والوسائل، على وفق خطط مدروسة، توظف الإمكانات المتاحة، وتعتمد التغذية الراجعة والتقويم لتجعل النتيجة المترتبة لدى المتلقي إنجازاً(٢). ونميل إلى اعتماد هذا التعريف لأنه يتلاءم مع طبيعة هذه الدراسة.

رسم ذهني: لأن التخطيط بشكل عام هو الصورة الذهنية لما يراد إنجازه، والرسم هو الوجه المحسوس للتصورات بأي شكل (منطوق أو مكتوب أو مرسوم)

الرؤية الإعلامية: قيد لإخراج ما سواها من الرؤى التي تعتمدها أنواع أخرى من التخطيط (كالعسكري والاقتصادي والإداري والتربوي وغيرها).

الرسائل والأهداف والوسائل والخطط، وهي العناصر الأساسية لأي تخطيط

---

(١) التخطيط الإعلامي ، د. عاطف عدلي العبد، الدار العربية ، ط١/ ٢٠٠٩ ، ص ٤٦ ، وهذا التعريف للخبير الإعلامي سعد لبيب وقد تبناه د. عاطف في كتابه.

(٢) معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، د. طه أحمد ، ص ١٦٤

استراتيجي، وجميعها هنا محددة إعلامياً.

التغذية الراجعة والتقويم: وهذان عاملان مهمان يساعدان على تجاوز السلبي ودعم الإيجابي للنتيجة لتكون إنجازاً.

فالتغذية الراجعة أو رجع الصدى هو استخدام المعلومات المرتدة في عملية اتخاذ القرارات، أي: الخطوة التي يتم بمقتضاها استعادة البيانات بعد التصحيح والإضافة لاتخاذ قرار جديد أو تعديل القرار القائم، وفي الإعلام هي إصطلاح يستخدم في عملية الاتصال بين مرسل ومستقبل. ويعني رد الفعل الذي يبديه مستقبل الرسالة الإعلامية، والذي يعكس أثر الرسالة عليه.. هل فهمها؟ هل يقبلها؟ هل يرفضها؟ وهكذا.

والتقويم: هو العملية التي تقوم بها المؤسسة لمعرفة مدى النجاح والفشل في تحقيق الأهداف، وكذلك معرفة نقاط الضعف والقوة، ولا تنحصر عملية التقويم في أنها تشخيص للواقع بل هي علاج للعيوب، ويهدف إلى تعديل الطرق والوسائل التي تستخدم للوصول إلى الأهداف المنشودة، كما أنها قد تؤدي إلى تعديل الأهداف نفسها إذا ثبت عدم ملاءمتها لحاجات الجمهور أو المتلقين.

والفرق بين التغذية الراجعة والتقويم أن الأولى مصدرها المتلقي، والثانية مصدرها القائمون على العمل.

الإنجاز: ويعبر عن الجانب الإيجابي لأثر الرسالة الإعلامية أو ما يعرف إعلامياً بالاستجابة الإيجابية وهي إحدى ثلاث: حصول المتلقي على معلومات جديدة (زيادة معرفة وتحلي)، أو تخليه عن مفاهيم خاطئة (إزالة ومسح)، أو استبدال مفاهيم خاطئة بأخرى سليمة (تصحيح وتصويب).

المتلقي أو المستقبل: هو أحد عناصر العملية الإعلامية، والهدف الذي تسعى العملية الإعلامية إلى تشكيل شخصيته أو تعديل قناعاته وحمله على تبني مفاهيم وقيم معينة.

المحددات في التخطيط للمقاومة الإعلامية:

يتركز التخطيط الإعلامي على المعلومات والبحوث التي تنير الطريق، وعن طريقها يمكن تحديث الأهداف، ثم يأتي دور الخطة العامة، أو المنهج أو الاستراتيجية التي تتبع لبلوغ الأهداف، ومن الطبيعي أن تترجم الخطة العامة إلى برامج تنفيذية، وحتى يحقق التخطيط الغاية المرجوة لابد من وضع وتحديد أهم عناصره، وسنحاول رسمها من خلال التخطيط للمقاومة الإعلامية وهي:

تحديد الرؤية عند المقاومة الإعلامية:

الرؤية في التخطيط: هي وصف لطموحات المؤسسة في المستقبل، أو حلم عن مؤسسة أو جماعة أفضل، أو تميز مطلوب تحقيقه.

وهي التصورات المستوعبة لكل العوامل والعناصر والإرادة المتسلحة بالتصميم على تحقيق النصر أو الإنجاز، وتمثل نقطة الانطلاق لأيِّ عمل ريادي، وتشكّل الرؤية إطار العمل المقاوم وتصوغه وتعطيه أساساً ومنطلقاً في تحقيق مقاصد وأهداف المقاومة.

وتتسم الرؤية بالوضوح والعمق والعمومية والشمول، وتكون جذابة وعميقة الأثر في النفس وبسيطة وفخمة المعنى ومستقبلية ومرنة وواقعية قابلة للتحقيق.

وتعد الرؤية أقوى الأدوات التحفيزية والتي تجعل المؤسسة تتحرك للأمام على الرغم من أي معوقات، فإذا كانت الرؤية حيوية، وذات معنى حقيقي لدى الأشخاص، فإنها ستدفعهم لعمل الجاد لتحقيق هذه الرؤية، ولذا يجب توصيل الرؤية الاستراتيجية لكل العاملين في المؤسسة أو الجماعة، وإقناعهم به بحيث تصبح أساساً قوياً للخطوات التالية[1] في البناء الاستراتيجي لها.

والرؤية الاستراتيجية لا تنطلق من فراغ، وإنما هي نتاج تفكير عقلي مبدع

---

(١) التخطيط الاستراتيجي، للسكارنة، ص ١٥٨.

متجدد لواقع المؤسسات والجماعات وفعلها، وما يصدر عنها من سلوك منظمي وسلوك استراتيجي يأتي استجابة لطموحات مؤسسيها والأطراف ذات العلاقة.

ولصياغة الرؤية للمؤسسات والجماعات ينبغي أن يتمكن المنظرون فيها من الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١- ما شكل النجاح والإنجاز المطلوب أن تحققه المؤسسة أو الجماعة؟

٢- ما الفرص المتاحة أمام المؤسسة أو الجماعة، والتي لم تأخذ بها بعد؟

٣- ما الذي يمكن أن تفعله المؤسسة أو الجماعة إذا توفرت لها موارد أكبر؟

٤- ما الذي تريد أن تعرف به المؤسسة أو الجماعة في المجتمع في الواقع والمستقبل؟

٥- ما هي ثقافة المؤسسة أو الجماعة واستراتيجياتها ومبادئها؟

ويمكن تحديد الرؤية للمشروع المقاوم بالآتي:

المقاومة من أجل تحقيق السلام المحلي والعالمي القائم على الحق والعدل.

أو: تحرير الإنسان والمجتمعات من الغزو والعدوان بكل أشكاله وصوره، وبناء المجتمع الصالح وقيادته للحفاظ على هويته ووحدته وسيادته الكاملة وقيمه الأصيلة، فالمقاومة أمثل السبل لذلك، وهي حق إنساني وواجب شرعي.

وأما رؤية المقاومة الإعلامية فهي:

بناء إعلام جماهيري هادف حر وملتزم برسالة الأمة وقيمها، يبلغ كل فرد في الأمة.

أو: تحرير الأمة من الهيمنة والتبعية الإعلامية والفكرية والثقافية والتربوية لما تنتجه الشركات متعددة الجنسيات والوكالات الدولية والمؤسسات الإعلامية الأكاديمية والبحثية، وإيقاف الاختراق داخل الإعلام العربي والإسلامي وترسيخ رسالة المقاومة جماهيرياً.

وهذه الرؤية من أشد ما تحتاجه أمتنا، لأن التغريب ومسخ الهوية الإسلامية لأبناء الأمة والانحدار بالمجتمعات في مهاوي التسلية والرذيلة أكبر من محاربتها عسكرياً والفتنة أشد من القتل.

ولذا فالأمة تتحمل مسؤولية تفعيل المقاومة الإعلامية التي تغطي نشاط المقاومة بكل صورها ومتعلقاتها ورسالتها، وتقدم المفاهيم وقضايا الأمة في وسائل الإعلام المتاحة، والتي تعمل على مواجهة وصد التدفق الإعلامي الذي ينال من أمتنا أو يغرس المفاهيم الغربية المنافية لطبيعة مجتمعاتنا.

تحديد الرسالة :

يؤكد المنظرون في الفكر الإداري على أية مؤسسة أو جماعة أن تسأل نفسها: ما هو عملنا ؟والذي سيكون مترادفاً مع سؤال ما هي رسالتنا ؟ فالرسالة تحدد: ماهية المؤسسة أو الجماعة ؟ وماذا تفعل؟

فالرسالة الاستراتيجية هي: الإطار الرئيس المميز للمؤسسة أو الجماعة دون غيرها، من حيث مجال نشاطها وهدفها، وبيان السبب الجوهري لوجودها وهويتها وعملياتها وممارساتها(١).

وتقرير الرسالة وتحديدها بالمفهوم الاستراتيجي تعني: مسح الحالة الراهنة، حيث تحدد الإمكانات والمشكلات ويتم تحليل تفصيلي لكيفية إنجاز الوقائع السائدة(٢).

ولتوضيح الأمر فلا بد من التمييز بين الرؤية والرسالة من خلال الآتي:

الرؤية تصور المشهد المستقبلي لأعمال المؤسسة أو الجماعة (أين نحن ذاهبون؟)، أما الرسالة فتصف المشهد الحالي لعملها (من نحن وماذا نعمل؟).

---

(١) التخطيط الاستراتيجي للسكارنة ص ١٧٧.

(٢) التخطيط الاستراتيجي لهوشيار معروف، ص ٢٨.

والرؤية تهتم بتحديد التوجه المستقبلي للمؤسسة أو الجماعة، مثل تحديد احتياجات المجتمع التي تسعى لإشباعها مستقبلاً، أما الرسالة فتهتم بتحديد التوجه الحالي للمؤسسة أو الجماعة من خلال الاحتياجات المجتمع التي تعمل على إشباعها حالياً.

للرسالة مدى زمني معين يتم فيها تحقيقها، وبمجرد تحقيقها، قد تنشأ رسالة أخرى تسعى لتحقيقها، أما الرؤية فيصعب تغييرها.

ويمكن صياغة الرسالة ضمن المشروع المقاوم بأنها:

"استخدام كل الوسائل المشروعة والمتاحة لتحقيق السلام المحلي والعالمي القائم على الحق والعدل".

وإعلامياً: "السعي الجاد من خلال وسائل إعلامية مشروعة ومتاحة إلى تحرير الإنسان والشعوب والأمم من العدوان والتبعية والهيمنة والاختراق بكل صوره وأشكاله".

أما الرسالة بالمفهوم الإعلامي فهي إحدى عناصر العملية الإعلامية، وهي المحتوى المعرفي والفكري الذي يريد المرسل نقله إلى المتلقي، أو جملة من المعلومات والأفكار والمعاني والتصورات التي يريد المصدر نقلها إلى المستقبل عبر الوسائل الإعلامية.

ويرى بعض الباحثين أنها: مجموعة الرموز التي تعبر عن معاني محددة تقبل البث والنشر، ويرى آخرون: بأنها المعنى أو الأفكار المضمنة في قالب يحتويها ويجسدها(١).

في حين يربط د. محمد سيد معاني الرسالة الإعلامية بالمتلقين أيضاً، لذا يعبر عنها بأنها: جملة من المعلومات والأفكار والمعاني والتصورات التي يريد المصدر

---

(١) الإعلام الإسلامي النظري في الميزان ص ١٣٩.

نقلها إلى المستقبل، ولأنَّ المعاني نسبية، وتتسم بشيء من الذاتية لذلك يؤكد بعض أساتذة الإعلام بأنَّ المعاني في الناس وليست في الرسالة [1].

وبلغة مهنية تمثل الرسالة المادة التحريرية التي تتضمنها الوسائل الإعلامية، بياناً أو تصريحاً أو خبراً أو مقالاً أو تحليلاً أو حواراً؛ ومما ينبغي مراعاته في هذه المادة التحريرية خاصة المعدة من قبل المقاومة بسبب محدودية وسائلها أو للآثار المترتبة على أطروحاتها ومواقفها أو لخضوع مادتها الإعلامية لميزان التحليل والنقد:

الدقة في صياغتها: باستخدام المفردات المؤثرة نفسياً في المتلقين والمقبولة لديهم وكذلك تجنب الأخطاء التعبيرية أو اللغوية سواء أكانت كتابة أم لفظاً، وكذلك تجنب الألفاظ الغريبة والمستهجنة، وإن مراعاة ذلك يبعد العزوف عن متابعتها، ويشجع المتلقي على الاستزادة منها.

الإيجاز غير المخل: فالتكرار غير المبرر والحشو الإنشائي والإطناب في المقدمات يولد الملل لدى المتلقي، مع مراعاة استيعاب المحتوى عند الإيجاز.

الصدق والوضوح: فالتثبت في نقل المعلومة مع وضوح معانيها وواقعية نقلها واعتماد ذلك منهجاً يؤدي إلى الثقة المتبادلة بين المرسل والمتلقي ومن ثم التواصل الدائم بينهما حتى يتم استيعاب الرسالة والتأثر بها، مع الانتباه إلى عدم الإغراق في الجوانب الفنية[2].

الواقعية والمواكبة: لا بد للرسالة الإعلامية أن تكون واقعية لتحظى باحترام المتلقين، ومواكبة للحدث غير متراخية عنه أو منقطعة، لأن التراخي يؤدي إما إلى نفور المتلقي، أو إفساح المجال أمام الإعلام الآخر بالسيطرة عليه أو فرض معطياته ورؤيته على المتلقي، وعند الفراغ يتقبل الإنسان ما هو موجود أو لا ينكره.

---

(١) المسؤولية الإعلامية في الإسلام، د. محمد سيد محمد ص ٢٦.

(٢) الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل، للمؤلف، كتاب الكتروني www.haqnews.net

الارتباط بالقيم: يجب أن تعكس الرسالة مبادئ الجماعة وقيمها ومعتقداتها.

تحديد أهداف المقاومة الإعلامية:

الأهداف الاستراتيجية هي: النتائج النهائية المرغوبة من ممارسة الأنشطة المخططة أو اتباع الاستراتيجيات المطبقة(١).

وهي تمثل النتائج المطلوب تحقيقها لترجمة مهام المؤسسة ورسالتها إلى واقع عملي، وتتسم بالتحديد الدقيق وإمكانية القياس والميل إلى التفصيل، والسقف الزمني لتحققها، خلافاً للغاية التي تتسم بالشمول والعمومية والمدى الزمني الطويل والبعيد، وابتعادها عن التفاصيل.

وتتجلى أهمية تحديد الأهداف في التخطيط الاستراتيجي، كونها تمثل نقطة البدء في التخطيط ورسم السياسات وقواعد العمل وإجراءاته، والخطط والبرامج والموازنات، وترشد إلى تحديد مراكز المسؤولية واتخاذ القرارات، ومن خلالها يتم تفويض السلطات وتحديد الصلاحيات، وعلى ضوئها توضع مؤشرات ومقاييس الأداء المؤسسي، وتقويم عمل الأفراد.

وأما الهدف الإعلامي فهو وصف للموقف المتوقع من المتلقي نتيجة تعرضه للرسالة الإعلامية، ويطلق لفظ الهدف أيضاً على المتلقي ذاته كونه الغرض الذي توجه إليه سهام الرسالة الإعلامية، والذي يعنينا هنا هو المعنى الأول(٢).

وفي أي تخطيط استراتيجي تقسم الأهداف عادة إلى قسمين: أهداف عامة، وأهداف مرحلية، ويطلق عليها أحياناً الأهداف الإجرائية، وعلى ضوء ذلك يمكن أن نحدد الأهداف التي تسعى المقاومة الإعلامية إلى تحقيقها بالآتي:

---

(١) التخطيط الاستراتيجي للسكارنة ص ٢٣٣.

(٢) معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، طه أحمد، ص ٣٨٦.

الأهداف العامة:

وهي الأهداف الرئيسة التي تعالج محوراً ريادياً أو أكثر، وتكون بمثابة تفاصيل عامة له، ولذا يطلق عليها أيضاً الأهداف الريادية.

ويندرج تحتها مجموعة من الأهداف التنفيذية وتمثل النهايات التي تسعى الإدارة أو القيادة العليا للوصول إليها وتحقيقها، وهي الأساس الموضوعي لعملية تحليل وفحص وتصميم وتطبيق الخطة الريادية، والأهداف الريادية ترتبط ارتباطاً مباشراً بالمشكلة الرئيسة المهمة التي حدِّدت في تحليل المشكلة.

ويمكن تحديد الأهداف العامة للمقاومة الإعلامية سواء كونها جزءاً من المقاومة المسلحة، أو كونها تمثل المواجهة الإعلامية للهيمنة والتبعية والاختراق الإعلامي الغربي للعالم الإسلامي، تحدد بالآتي:

التعريف برسالة المقاومة:

إن أهداف الإعلام المقاوم المحورية تكمن في التعريف بحقيقة الرسالة وطبيعة الصراع، وتقديم صورة حقيقية وصادقة للوقائع والأحداث المتعلقة بعمل المقاومة الجهادية ومحيطها، وتتحدد مسؤولية الإعلام العربي والإسلامي تجاه المقاومة بإيصال رسالة الإعلام المقاوم إلى جماهير الأمة والعالم، فإنه يملك وسائل الإعلام الجماهيري وعليه أن ينقل رسالة الإعلام المقاوم من أفقها المحدود إلى الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

غرس ثقافة المقاومة:

إن الأمة تريد من الإعلام المقاوم أن يقدم لها ثقافة المقاومة التي ترى من الوجوب أن تحتل مكانها داخل المشروع الحضاري الإسلامي، وفي الوقت نفسه فإن هذا المشروع يمكن أن يشكل القائد لكل الشعوب في كفاحها المشروع ضد

العولمة والاستغلال الرأسمالي والاستعمار الثقافي والعسكري والاقتصادي والسياسي.

وبصورة مجملة ينبغي على الإعلام المقاوم أن يستثمر إنجازات النصر المرحلية التي تحققها المقاومة، ليغرس ثقافة النصر التي ترسخ في نفوس أبناء الأمة الثقة بنفسها لتتجاوز الروح الانهزامية التي هيمنت على هذه النفوس طوال العقود الماضية. بفعل الإعلام الغربي وسياسة التبعية له من قبل وسائل الإعلام العربي، فإن الغرب كما يقول الدكتور سليمان صالح: يستخدم وسائل الاتصال الحديثة لتكريس ثقافة الهزيمة والاستسلام في العالم العربي، وهي ثقافة تقوم على الإحساس بالدونية، وانهيار الثقة بالذات، فضلاً عن العجز والفشل، وعدم القدرة على الإنجاز وتحقيق الانتصار[1].

كذلك فإن ثقافة المقاومة يجب أن تشكل أساساً لمقاومة ثقافة الهزيمة وتوفير المعرفة التي تؤدي إلى إخراج الجماهير العربية من حالة الإحباط، وإعادة القدرة للجماهير على التعامل مع العدو من غير تهويل ولا تهوين.

إن ثقافة المقاومة كما يقول باحث آخر: لا بد أن تتحدى ثقافة الخوف التي زرعتها وسائل الإعلام الغربية والعربية أيضاً بعدم جدوى مقاومة أمريكا، وإن الواقعية تقوم على الاستسلام- ولا بد أن تتجه لاستخدام وسائل اتصال جديدة لمقاومة هذه الثقافة بتوفير الكثير من الحقائق للجماهير[2].

وبعد أن حققت المقاومة إنجازات ميدانية، أصبحت المقاومة عموماً والعراقية خصوصاً تمثل أملاً للشعوب الإسلامية في رفض الهيمنة التي تسعى إلى تغييب دور الإسلام في البناء الحضاري، كما أنها تمثل منطلقاً إلى التغيير، ولذا لا بد لهذه المقاومة أن تقدم بديلاً للواقع الراهن ومشروعاً شاملاً للتغيير، ولذلك فإن ثقافة

---

(١) المقاومة الإعلامية وثورة الاتصال، ينظر استراتيجية المقاومة الشاملة ص ١٧٦.

(٢) المصدر السابق ص ١٧٤

المقاومة لا بد أن تقوم على أساس مشروع حضاري إسلامي شامل، وإن من حق الجماهير أن تعرف هذا المشروع وما يقدمه من حلول لمشكلات العصر ولصياغة الحياة الإنسانية ولتحقيق النهضة وإقامة حضارة العدل والحرية.

تحرير الإنسان المسلم من التبعية الإعلامية والثقافية للغرب:

إن تحرير الأمة من صناعة التسلية الغربية هي معركة شديدة الأهمية، وحيثما تكون معركة وعدوان تكون المقاومة.فالمقاومة الإعلامية تسعى إلى تحرير الإنسان المسلم من العبودية للإعلام الغربي ومن صناعة التسلية الغربية، كما تفتح المجال لتحرير الأمة الإسلامية من التبعية الإعلامية والثقافية والاقتصادية والسياسية، وتفتح أمامها الطريق للنهضة، ذلك أن الغارقين في التسلية الغربية لا يمكن أن يصنعوا النهضة، فتأثير تلك التسلية لا يقل بحال من تأثير الكحول والمخدرات[١].

إشاعة روح التماسك بين أبناء الأمة:

ودعوتهم للاعتصام بحبل الله جميعاً فلا فرقة ولا انقسام بل معاونة على الخير والتقوى والبناء الحضاري للأمة، ومن يطالع تاريخ الأمة الإسلامية يجد أن هذه الأمة لا تكون في وحدة وترابط وتآزر مثلما تكون عليه وهي تخوض معاركها الجهادية.

تقوية الروح الجهادية بين المسلمين:

وحثهم على الدفاع عن حقوقهم الإنسانية وحرياتهم وكراماتهم وتحريضهم على ذلك وليقدموا رسالتهم إلى العالم أجمع، فإن عزة المسلمين تتجلى بعد الإيمان بالله تعالى بإحياء فريضة الجهاد: وما ترك قوم الجهاد إلا ذلوا".

---

(١) استراتيجية المقاومة الشاملة ص ١٨٠

إفشال مخططات العدو ومواجهة حربه النفسية:

فالمعركة بيننا وبين العدو تدور على كسب العقول والقلوب والمواقف، كما تدور على كسب الأرض والخيرات والموارد والأسواق، وهذا يعني تنوع صور القتال ويعني أيضاً أننا نستطيع جميعاً أن نشترك بالمقاومة حتى عندما يكون الجهاد بالبلاد الإسلامية المحتلة غير متاح.

رفع معنويات المجاهدين:

للمقاومة الإعلامية هدف دعائي يسعى إلى رفع معنويات المجاهدين وتعبئة مؤيديهم؛ بعرض إنجازات المقاومة الجهادية وخسائر العدو.

تصعيد الحرب النفسية ضد العدو :

ليؤثر ذلك في معنويات جنوده وإضعاف دعم الرأي العام له في حروبه العدوانية، وإعداد دراسات علمية مكثفة لتعميق هذا الأمر.

تقديم مادة إخبارية عن العمل المقاوم :

الإعلام المقاوم يستطيع أن يقدم المعلومات عن العمل الجهادي المقاوم، وعلى إعلام الأمة تحليل هذه المعلومات وتفسيرها وإدارة النقاش حولها لترسيخها في عقول أبناء الأمة.

استثمار الانجازات المرحلية :

في الإطار العملي ينبغي على المقاومة الإعلامية أن تستثمر إنجازات النصر المرحلية، بما يعزز الأهداف العامة المستقبلية للمقاومة.

إقامة صناعة إعلامية:

قادرة على إشباع حاجة الأمة للمضمون الجاد والمتميز، وتحرر الأمة من التبعية الإعلامية ومن الغرق في طوفان التسلية الغربية، وتتضمن هذه الصناعة الارتقاء بالمادة الإعلامية وبالمادة التقنية وبالكوادر البشرية المتخصصة والكفوءة، والقدرة على تحشيد وتنظيم وتوظيف كل الطاقات والموارد المتاحة والموارد الأساسية البشرية والاقتصادية والتكنولوجية.

الأهداف المرحلية:

ونعني بها الأهداف قصيرة الأجل والعملية، التي تحقق خطة سنوية، ويتم تقسيمها على أساس ربع سنوي، وتتميز بالصفات التالية: تكون محددة وواضحة وقابلة للقياس وممكنة التحقق وواقعية ومحددة التوقيت.

ويطلق عليها أيضاً الأهداف المرحلية أو التنفيذية أو الإجرائية وهي أقرب إلى المهام التي يجب أن يتولاها الإعلام المقاوم ليقدم رسالته ومنها:

١- عرض رسالة المقاومة (الميدانية والمنهجية والسياسية) من خلال الخطاب الإعلامي المباشر وغير المباشر، مع الاهتمام بالإعلام السياسي للمقاومة في المراحل المتقدمة.

٢- التأثير في الرأي العام واستقطاب النخب لدعم القضايا التي تتبناها المقاومة وتبني الحملات الإعلامية.

٣- متابعة أثر الاستجابة لرسالة المقاومة ونشاطها (سلباً وإيجاباً) وتقديمها للجهات ذات العلاقة.

٤- التنسيق مع الجهات الأخرى داخل التنظيم المقاوم (كالعسكرية والسياسية والتنظيمية والتجنيدية والتطويرية وغيرها) بما يكامل عملها.

٥- التنسيق مع الجهات الإعلامية الداخلية والخارجية بما يخدم رسالة المقاومة ويعزز حضورها، وبناء علاقات عامة مؤثرة.

٦- وضع الخطط الإعلامية ضمن الخطة الاستراتيجية والتكتيكية للجماعات المقاومة.

٧- ديمومة الإنتاج الإعلامي وتطويره من الجانب الفني والتقني.

٨- تهيئة وتطوير الكفاءات الإعلامية المتخصصة.

٩- إعداد الدراسات الإعلامية المتخصصة.

١٠- تنشيط استطلاعات الرأي العام الداخلي والخارجي.

١١- أرشفة وتوثيق نشاطات المقاومة.

١٢- متابعة النشر والتوزيع داخل وخارج الجماعات المقاومة.

١٣- متابعة المواقف التي تحتاج إلى ردود في كافة الوسائل الإعلامية.

١٤- تقويم العمل الإعلامي.

تحديد الوسائل الإعلامية:

الوسائل الإعلامية هي الأدوات التي تؤدى بها الرسالة الإعلامية وهي تتطور مع التقدم التقني والتكنولوجي.

ويمكن حصر الوسائل الإعلامية في الوقت المعاصر بالآتي:

١- **الوسائل المقروءة:** الصحافة والكتاب والمطبوعات واللافتات والمنشورات.

٢- **الوسائل المسموعة:** الإذاعة والأشرطة والأقراص المدمجة.

٣- **الوسائل المرئية:** التلفزيون (المحطات الأرضية) والمسرح والسينما والقنوات الفضائية.

٤-الوسائل الشاملة (الإعلام الالكتروني): شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، وكالات الأنباء، والجوال.

ومن المعلوم بان أكثر الجماعات المقاومة لا تمتلك بعضاً من هذه الوسائل، ولذا على المقاومة الإعلامية محاولة استثمار المتاح من هذه الوسائل، ومما يذلل العقبات أمام امتلاك الوسائل الجماهيرية التطور الهائل في الوسائل الإعلامية والتوسع الكبير في هامش الحرية في القنوات (المستقلة) التي مع وجود الكم الهائل منها تسعى للتميز واستقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور.

كما أن الاستقلالية التي بدأت تتمتع بها بعض القنوات الفضائية والتي تسعى لتحرير الإعلامي العربي والإسلامي (إخبارياً وثقافياً ودرامياً) من التبعية للإعلام الغربي أو العربي الرسمي، كل ذلك أتاح الفرصة أمام الإعلام المقاوم ليأخذ طريقه للانتشار الجماهيري من خلالها.

إعداد الخطط الإعلامية:

إن التخطيط الريادي يستند إلى مجموعة من الخطط التنفيذية التي من خلالها يتم تحديد الأعمال والأنشطة المحددة لتحقيق الأهداف الريادية بعيدة المدى وقصيرة المدى، وتحتوي الخطة على الهدف التنفيذي والإجراءات العملية والجهة المسؤولة عن التنفيذ وتفاصيل الموارد المتاحة والجدول الزمني لتنفيذ المشاريع.

وأية خطة توضع لإقامة مقاومة إعلامية لا بد أن تشتمل على أربعة عناصر هي: فهم الواقع، ثم تحديد الأهداف المرحلية، ثم اختيار أنسب الوسائل، ثم المتابعة والتقويم، وتصنف الخطط إلى ثلاثة أصناف[١]:

١- **الخطط طويلة الأجل:** وهي خطط تمتد من ٥ سنوات فأكثر، وتحتاج عادة إلى الدقة في التنبؤ وفيض من المعلومات.

---

(١) العلاقات العامة لمحيي محمود حسن ص ١٦٩ نقلاً عن العلاقات العامة لزويلف والقطامين ص ٥٠.

٢- **الخطط متوسطة الأجل:** وهي تقل مدتها عن خمس سنوات.

٣- **الخطط قصيرة الأجل:** ومنها الخطط السنوية التي تهدف إلى تحقيق أهداف مرحلية معينة، وقد لا يتعدى مداها الأشهر.

أساليب إعداد الخطة الاستراتيجية :

هنالك أساليب عدة معتمدة لإعداد وصياغة الخطة الاستراتيجية، منها[1]:

أسلوب التخطيط من أسفل إلى أعلى :

يتم تطبيق هذا الأسلوب بطلب الإدارة العليا من مدراء الأقسام تقديم خطط سنوية وكذلك تقديم معلومات بشأن طريقة سير الأعمال في القسم ومدى مواءمة ذلك مع المتغيرات البيئية المختلفة، وبعد ذلك تقوم الإدارة العليا بإجراء التعديلات اللازمة ويتم وضع الخطط الملائمة طبقاً للوضع القائم.

١-أسلوب التخطيط من أعلى إلى أسفل:

يتبع هذا الأسلوب في المؤسسات التي تتسم بالمركزية وفيه تقوم الإدارة العليا بعملية التخطيط الاستراتيجي بإعداد الخطط وإرسالها إلى الإدارات والأقسام ليتم تنفيذها، وأما المؤسسات التي تتبع نظام اللامركزية فتقوم الإدارة العليا بإعداد الخطوط العريضة والتوجيهات إلى الإدارات والأقسام طالبة منها تقديم الخطط وبعدها تراجع الخطط من قبل الإدارة ويجري تعديلها وترسل مرة أخرى إلى الإدارات والأقسام ليتم تنفيذها.

---

(١) ينظر إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية ، فيصل بن جاسم آل ثاني، دار وجوه للنشر والتوزيع، الرياض ، ط١ -٢٠١١، ص٢٩٠-٢٩١.

٢-المزج بين الأسلوبين (من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى):

هذا الأسلوب عادة ما يتبع في المؤسسات الكبرى ووفقاً لهذا الأسلوب يتم المزج بين الأسلوبين، وذلك من خلال التنسيق بين الإدارة العليا والإدارة التنفيذية الوسطى.

٣-أسلوب فريق التخطيط :

ووفقاً لهذا الأسلوب يقوم فريق من المخططين الاستراتيجيين بوضع خطط مكتوبة تتضمن تحليل الوضع القائم للمؤسسة وما يجب أن يكون عليه، وهذا يتم أيضا في المؤسسات الكبرى.

ولكل أسلوب مزاياه وعيوبه، وعلى كل مؤسسة أن تعتمد أسلوباً يتلاءم مع سعتها وسياساتها في الإدارة، ولا بأس بتغيير الأسلوب إن لم ينجح أسلوب آخر أو واجهته معوقات تحول دون الاستمرار به.

استدراكات على الخطة الاستراتيجية:

تظن بعض المؤسسات والجماعات أن التنفيذ الحرفي للخطة الاستراتيجية كفيل لوحده بتحقيق الإنجاز أو النجاح، وبالمقابل تظن أخرى أن أي تعثر بمجريات الخطة سبب لتركها حتى لا تعرقل مسيرة العمل، وكلاهما جانبا الصواب، إذ لا إفراط ولا تفريط، ولذلك نضع بين العاملين في حقل المقاومة وإعلامها بعض الاستدراكات ينبغي تأملها لمن انتهج الخطة الاستراتيجية في عمله[1]:

١- لا يجوز النظر للخطة الاستراتيجية على أنها وثيقة متكاملة ومثالية لا توجد فيها نواقص.

٢- يتعين أن تؤخذ خصوصية كل جماعة أو مؤسسة عند وضع خطتها

---

(١) ينظر: التخطيط الاستراتيجي للسكارنة ص ٢٦٣.

الاستراتيجية، فما يصح لها قد لا يصح لغيرها.

٣- لا يجوز أن ينظر للخطة الاستراتيجية كأداة سحرية قادرة على حل مشاكل المؤسسة أو الجماعة كلها، بل هي تفاعل بين قدرات المؤسسة والجماعة ونظرتها للمستقبل والظروف المحيطة بها.

٤- لا يجوز اعتبار الخطة الاستراتيجية بديلاً للإدارة الناجحة بل كل منهما يكمل الآخر.

٥- لا يجوز للخطة الاستراتيجية أن تلغي الإبداع لدى العاملين بل تغذيه وتدعمه.

٦- لا يمكن للخطة الاستراتيجية أن تحل محل الأداء المتميز بل الأداء المتميز هو إحدى دعائم نجاح الخطة.

٧- لا يجوز للخطة الاستراتيجية أن تلغي دور الوظائف في المؤسسة أو الجماعة بموجب هيكلها التنظيمي، بل تعد هذه الوظائف ركائز مهمة لتنفيذ الخطة وتحقيق أهدافها.

٨- لا يمكن عد الخطة الاستراتيجية ضمانة ضد التحديات التي تحيط بالمؤسسة والجماعة، بل تؤشر في تلك التحديات وما عليها إلا بذل كل الجهود لمواجهتها.

الفصل الثالث

صناعة المقاومة الإعلامية (الإعلام المقاوم أنموذجاً)

المبحث الأول

أهمية الصناعة الإعلامية ومسارها

الإعلام بشكل عام علم تطبيقي، ولاستثماره لا بد له من صناعة حرفية متكاملة، واليوم فإن ثورة الاتصال تفتح الكثير من المجالات للمقاومة الإعلامية ، ولبناء صناعة إسلامية للإعلام والإتصال، ولذلك فإن العقل العربي والإسلامي لا بد أن يستجيب للتحدي ويدرس ثورة الاتصال بعمق ويفكر بما يتناسب مع هذه الثورة، وأول الحقائق التي يجب أن يستوعبها العقل العربي والإسلامي هي أن ثورة الاتصال تفتح المجال لمعركة حضارية كبرى حول أنموذج المعرفة والمعلومات والمضمون الإعلامي والاتصالي[1]، الذي يستقطب الجمهور المحلي والعالمي.

أهمية صناعة الإعلام المقاوم :

وما دامت هنالك معركة تستند إلى ثورة اتصال ومعلوماتية، فلا بد من مقاومة إعلامية ترقى في صناعتها إلى حجم الصراع الذي تخوضه أمتنا، والتحديات التي تواجه رسالتنا، والمخاطر التي تحيق بشخصيتنا ووجودنا، بل ترقى إلى قوة الصناعة الإعلامية للطرف الآخر من الصراع ، ولا أعتقد أن هنالك خلافاً حول عظم هذه القوة من حيث الإمكانيات البشرية والتقنية والسلطوية.

فاليوم تتجلى المعركة الشمولية في الصراع المسلح بكل معانيها وأبعادها ، ولذا أصبح المقاتل إعلامياً، والإعلامي مقاتلاً، بقدر ما تمددت رقعة الميدان وساحة

---

(١) دراسة المقاومة الإعلامية وثورة الاتصال للدكتور سليمان صالح ينظر استراتيجية المقاومة الشاملة ص ١٧٩ .

المعركة من الأرض إلى الفضائيات والفضاء الافتراضي على شبكة الإنترنت، يقول المحلل الصحفي إبراهيم علوش: لا ينتصر المقاوم إن لم يكن إعلامياً فعالاً، فالبندقية لا تحتاج لغصن زيتونٍ، كما زعموا، بل لكاميرا فيديو ولموقع على الإنترنت ولفضائية مقاومة، فإذا كان مخطئاً من يظن أن المعركة يمكن كسبها بالإعلام وحده، فإنه يخطئ أيضاً من لا يجعل إلى جانب بندقيته كاميرا فيديو وجهاز حاسوب(١).

ويقول الناشط في الإعلام المقاوم محمد دبوق : إن الرصاصة ربما تقتل جندياً ما، بينما الصورة التي تنقلها الكاميرا التلفزيونية تقتل آلافاً بل الملايين من الإسرائليين ، وتهزمهم نفسياً في المستوطنات والثكنات ، ويضيف: المقاتل حامل البندقية يطلق الرصاص على الجندي الإسرائيلي بينما حامل الكاميرا يطلق الرصاص على المجتمع الإسرائيلي(٢).

وكانت عمليات القنص منحصراً أثرها في مئات الجنود الذين تصيبهم أو تصيب رفاقهم ولكن حينما خرجت سلسلة قناص بغداد (جوبا) لجماعة الجيش الإسلامي في العراق أصاب الرعب الجيش الأمريكي برمته بل والإدارة الأمريكية كلها، فاعتمدت سياسة قتالية لباقي فصائل المقاومة، فكان قناص الفلوجة وقناص الموصل وقناص العراق.

وتتأكد الأهمية لاسيما وأن العدو يهاجمنا على صعد عدة ، وليس فقط عسكرياً، ولذلك يجب أن نقاومه على صعد عدة أيضاً، وليس عسكرياً فقط ، ومن هنا ينبغي أن يترسخ في ذهن المجاهد الإعلامي مفهوم البندقية المقاتلة والحاسوب المحارب.

إزاء ذلك فإنه مما لا شك فيه أن صناعة الإعلام المقاوم تبدو مسألة بحاجة إلى

---

(١) الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل للكاتب، النسخة الالكترونية على موقع وكالة حق الإخبارية .

(٢) دراسة بعنوان المقاومة الإعلامية لعبد الرحمن فرحانة ينظر استراتيجية المقاومة الشاملة ص ٤١٣ .

قدر كبير من العناية يوازيه قدر كبير من التخطيط والخبرة والمهنية؛ لبلوغ درجة الاحتراف[1].

مبادئ الصناعة الإعلامية:

ونحن في سعينا إلى بناء أو تشكيل هذه الصناعة الإعلامية علينا أن نراعي المبادئ الآتية:

١- إننا بحاجة إلى تشكيل وعي إسلامي جديد يدرك أهمية الإعلام المقاوم والمقاومة الإعلامية ، وينظر للإعلام على أنه سلاح أكثر فتكاً من القنبلة ، وأنه أحد الأسلحة التي يستخدمها الأعداء وحلفاؤهم كجزء أساسي من منظومة الأسلحة التي يخوضون بها حروبهم ، فالحملات الإعلامية تسبق الحملات السياسية والعسكرية، بل إنها تشارك في صنعها وفي بعض الأحيان يكون الإعلام هو السلاح الوحيد المستخدم في المعركة .

٢- إن إرادة صناعة الإعلام، أي إعلام يستلزم إدراك المشكلة الرئيسة أمام هذا الإعلام، وهذا الإدراك حتى يكون علمياً وعملياً ودقيقاً لا بد له من تخطيط يستند إلى إجراءات مدروسة لتحديد المشكلة، وتحري أسبابها وصياغة الحلول اللازمة لها ووسائل إعمالها، وصولاً إلى تحقيق النجاح.

٣-إن تفعيل المقاومة الإعلامية للهيمنة والتبعية والاختراق الغربي لإعلامنا، هو مسؤولية الإعلام العربي والإسلامي برمته وهو تحدٍّ حضاري كبير لا يستهان به.

٤-إن صناعة مقاومة إعلامية ناجحة تستلزم مشاركة الأمة جميعاً فيها، لأنها أوسع من أن تقوم بها مجموعة لوحدها.

---

(١) مجلة البيان

مسار الصناعة الإعلامية:

إن المسار الذي نسلكه لصناعة إعلامية مقاومة فاعلة ومؤثرة بشقيها (الإعلام المقاوم والإعلام الممانع) يكون من خلال الآتي :

أولاً: الإعلام المقاوم الذي هو جزء من الجهاد والمقاومة ، ويكون تفعيله من خلال مسارين الإعلام الميداني والإعلام الحرفي.

فأما تفعيل الإعلام الميداني؛ فيكون من قبل قيادة المقاومة المسلحة وبأدق الهيئات والأقسام الإعلامية فيها، إذ يترابط اليوم العمل المقاوم بالمقاومة الإعلامية أكثر من أي وقتٍ مضى.

الإعلام الحرفي: وهو مسؤولية الإعلاميين (أفراداً ومؤسسات) خارج الميدان، ليستثمروا ما يقدمه الإعلام الميداني وتوظفه بأسلوب مهني متنوع وتقديمه للرأي العام دعاية لقضية الجهاد كما يقول أحد الفقهاء: ببيان الحق الذي يقاتل عليه المجاهدون ووجوب نصرتهم على المسلمين، وبيان الباطل الذي عليه الأعداء وما يرتكبونه من فظائع ضد المسلمين، وبيان المخططات الشيطانية لصرف المسلمين عن دينهم في معظم بلدان المسلمين وكيفية التصدي لها ، وممارسة حرب نفسية تستهدف قوات الاحتلال وأبناء شعوب هذه الدول، والاستنفار لدعم هذه الفريضة وتوثيقها بالأفلام والتقارير ، والأناشيد الشرعية[1].

ويمكن أن نحدد مسار وصول رسالة الإعلام المقاوم إلى الجمهور بالآتي:

شكل (١) الدورة المتكاملة للإعلام المقاوم

ميدان المقاومة ← إعلام ميداني ← المطبخ الإعلامي (التبادل الإعلامي) ← إعلام ← الجمهور

---

(١) ينظر الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل للكاتب ، مصدر سابق.

ونؤكد أن مسؤولية الإعلام المقاوم تقع على المقاومين في حين أن مسؤولية الإعلام الجماهيري تقع على إعلامي الأمة ، فالمقاومة تستطيع أن تقدم المعلومات وعلى إعلام الأمة تحليل هذه المعلومات وتفسيرها وتجديد إثارة موضوعاتها لترسيخها في عقول أبناء الأمة.

فمثلاً الآن نجد أن قناة الجزيرة الفضائية عملت إلى حد ما لأداء هذه الرسالة ، في حين نجد أن قناتي الرأي والرافدين العراقيتين قبل الانسحاب الأمريكي تقدمان صوراً للعمليات الجهادية فقط ، في حين أن الأمر يقتضي إجراء حوارات مع قادة المقاومة وإعداد برامج عن تحليل خطاب الفصائل وعملها، لتتكامل الصورة لدى المتلقي في فهم الرسالة الإعلامية للمقاومة والتأثر بها والتجاوب معها، وهذا ما قامت به قناة الأقصى فيما يتعلق بالمقاومة الفلسطينية ولاسيما حركة حماس وجناحها المسلح كتائب عز الدين القسام.

ولذا فان صناعة إعلام مقاوم يكون من خلال الآتي:

١- صناعة دعاية إعلامية مقاومة.

٢- بناء علاقات عامة وصناعة إعلان مقاوم .

٣- حسن إدارة الحرب النفسية.

ثانياً: صناعة إعلام ممانع، وذلك ببناء إعلام عربي وإسلامي حر ومستقل ومهني، ولكنه منضبط بقيم الأمة وملتزم برسالتها.

المبحث الثاني

صناعة دعاية إعلامية مقاومة

يرى المنظر الألماني "كلاوس ميرتن" أن الدعاية عملية اتصالية ، رسالتها ومضمونها أشياء أساسية تسعى في النهاية إلى الهيمنة على المتلقي.

فالدعاية هي محاولة إقناع الجمهور بوجهة نظر معينة ، من خلال عمليات عقلية وعاطفية يتم بواسطتها نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر على الأفكار أو السلوك أو كلاهما، وحث الآخرين على الاقتناع بها أو اعتناقها، أي دعوتهم لاعتناق أفكار معينة[1]. وتتجلى في الخطاب الموجه عادة إلى الأفراد المنتمين لمروجي الدعاية، وإلى المؤيدين أو المحايدين.

والدعاية في الإعلام المقاوم تكون ببيان الحق الذي يقاتل عليه المجاهدون المقاومون، ووجوب نصرتهم من قبل المسلمين، وبيان الباطل الذي عليه الأعداء وما يرتكبونه من فظائع ضد المسلمين، وبيان المخططات العدوانية لصرف المسلمين عن دينهم في معظم بلدان المسلمين وكيفية التصدي لها[2]، فقد كان حسان بن ثابت رضي الله عنه من شعراء النبي صلى الله عليه وسلم يهجو المشركين ويعيبهم بأمر النبي صلى الله عليه وسلم حيث قال له: (يا حسان أجب عن رسول الله صلى الله عليه وسلم، اللَّهُمَّ أيده بروح القدس)، وفي رواية أنه صلى الله عليه وسلم قال لحسان: اهجهم وجبريل معك. رواهما البخاري.

وهذه الدعاية ليست حكراً على المؤسسات الإعلامية أو الإعلاميين وإنما هي ممكنة لكل مسلم لاسيما أصحاب الأعذار من مرض أو فقر أو حواجز حدودية.

---

(١) معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي ، مصدر سابق ص ١٣٧ .

(٢) العمدة في إعداد العدة: الشيخ عبد العزيز عبد القادر، النسخة الالكترونية

أولاً: صياغة خطاب إعلامي مقاوم:

تعاني الأمة الإسلامية ومنها العربية أزمة خطاب إعلامي ويعود ذلك لأسباب عدة ، لعل من أبرزها : التفوق الإعلامي للغرب مما ساهم في تفعيل قانون التبعية للمتغلب وخضوع المغلوب له ، ولتنكر الأمة (وبخاصة قادتها وأنظمتها الحاكمة) للمشروع الحضاري الذي أكرمها بها الله سبحانه، وما يكفله لها من أسباب القوة والقيادة، ومنها إخضاع وسائل الإعلام في الأمة لتكريس مشاريع الأنظمة الحاكمة وتكريس سلطتها ، بدلاً من تبني مشروع أمة الاستجابة، أي: غياب الإعلام الحر والمستقل، وأخيراً ضعف الثقة بالنفس.

ومع ذلك يبدو أن الخطاب الإعلامي للأمة أخذ له مكانة في العالم وذلك لأسباب منها:

١-الحضور المتميز والمؤثر لمشروع المقاومة بكل صورها في الأمة، والذي أملى على المهتمين متابعة هذا الخطاب والإنصات إليه.

وهذا ما دفع إلى ظهور وسائل إعلام عربية وإسلامية. (إخبارية ودعوية) (مستق الجوال)، سعت جاهدة إلى تغطية الخطاب الإسلامي المتجدد بقدراتها الذاتية والتحرر إلى حد كبير من التبعية الإعلامية للوكالات الغربية، والكشف المتواصل والعميق لمخططات الغرب الرامية إلى الهيمنة والاستهانة بالأمة العربية والإسلامية، والتحرر أيضاً من قيود الإعلام الرسمي. يقول الكاتب الأمريكي مارك لينش أستاذ مساعد العلوم السياسية في جامعة ويليامز: أعترف بأن الفكرة الشائعة عن الإعلام العربي التي تراه مجرد ببغاء للخطاب الرسمي المعتاد ، لم تعد فكرة صائبة.

٢-تطور وسائل الإعلام (خاصة القنوات الفضائية والشبكات الالكترونية وشبكات الجوال) ، مع سهولة استعمالها وقلة تكلفتها ، مما ساهم في توظيفها من أبسط المؤسسات الإعلامية.

ومع بروز العمل المقاوم والممانع والمناهض للعدوان والاحتلال الأجنبي للبلدان العربية والإسلامية، إلا أنه وفي ظل الحرب الإعلامية التي تستهدف عمل المقاومة وإعلامها والشبهات التي تلقى حولها ، وبسبب ضيق المساحة التي يتحرك فيها في وسائل الإعلام العربية ينبغي على الإعلام المقاوم أن يراعي في خطابه بعض المفاهيم والمحددات ليتجاوز هذه العقبات وصولاً إلى المتلقين، وعلى وفق الخطوات الآتية:

تحديد مفهوم الخطاب المقاوم وارتباطاته:

إن مفهوم الخطاب المقاوم يمكن أن يحدده من زاويتين (المحتوى والتعبير).

فهو من حيث المحتوى: "منظومة الأفكار والتصورات المرتبطة بعمل المقاومة والمتعلقة بتحليل البيئة المحيطة وتحديد طرق معالجتها والتأثير فيها".

وأما من حيث التعبير فهو: طرق وأساليب التعبير عن رسالة المقاومة ومنظومة قيمها، وبيان رؤيتها ومواقفها وعرض نشاطاتها[1].

ومن المفهوم أعلاه نجد أن خطاب المقاومة يرتبط ارتباطاً قوياً بثلاثة أمور:

١-منظومة القيم والمبادئ والمفاهيم التي يحملها مشروع المقاومة أو منهجية الجماعات التي تتبناه.

٢-كما يرتبط بالتصورات التي تقتنع بها عن الواقع من حولها وطرق التأثير فيه.

٣-ويرتبط أيضاً بالرغبة بل والحاجة إلى التأثير على الآخرين بما يخلق علاقات قوة تقود إلى استخدام استراتيجيات متعددة وبوجه خاص الإقناع والاجتذاب والتي توظف فيها مختلف الوقائع العسكرية والسياسية والثقافية والاجتماعية

(١) ينظر مقال الخطاب السياسي الإسلامي (رؤية نقدية).

للمقاومة، من أجل إقامة علاقة بينها وبين الجمهور الواسع قائمة على الثقة والتعاون والاحترام المتبادل .

تحديد مواصفات لغة الخطاب[1]:

- الاتزان والبعد عن التهويل والتهريج الدعائي.
- البعد عن الهدر اللغوي وتجنب الحشو والتكرار.
- الاهتمام بالقيمة الدلالية التواصلية للنص الإعلامي تجنباً للإنشائية.
- الحذر من مقولة الحيادية لأن الإعلام المقاوم ليس حيادياً بل له قضية ينافح عنها.
- عدم الإفراط في استخدام لغة الخطاب الإنساني خشية أن يتحول الخطاب إلى خطاب بكائي .
- المصداقية لكسب الجمهور.
- مهارة الإقناع والتأثير.
- التعرف على ردود أفعال الجماهير لتعديل رموز ومضمون الرسالة الإعلامية التي يتضمنها الخطاب الإعلامي.
- التنسيق بين المؤسسات الإعلامية المختلفة لتوحيد الخطاب الإعلامي ولاسيما في المواقف العامة والمصطلحات.
- إنتاج رسائل إعلامية واتصالية متسقة ومبرمجة.

تحديد نوعية الخطاب بحسب الجهة التي يتوجه إليها :

خطاباً تعبوياً: وهو موجه للذات – لبناء الشخصية المقاومة في الأمة عموماً وفي

---

(١) المقاومة الإعلامية ، عبد الرحمن فرحانة ، استراتيجية المقاومة الشاملة ص ٤١٦ .

المقاومين على وجه الخصوص .

خطاباً جماهيرياً دعائياً: وهو موجه للقاعدة العريضة من الجماهير الإسلامية لتتحرك في نصرة مشاريع المقاومة أينما تكون.

خطاباً سياسياً : وهو موجه للسياسيين (تنظيمات وأفراداً) وبخاصة العرب والإسلاميين والمؤيدين لحثهم على تحمل المسؤولية التاريخية والأخلاقية في الدفاع عن الشعوب المقاومة والتحرك السياسي من خلال القنوات الرسمية الدولية ذات العلاقة لحماية الأمة .

خطاباً نخبوياً فكرياً : وهو موجه للنخب من أبناء الأمة وتتجلى أهميتهم كونهم يمثلون حلقة الوصل وقوة التأثير في مجتمعاتهم وطبقاتهم .

خطاباً نفسياً للعدو للتأثير في معنوياته.

خطاباً قانونياً وأخلاقياً وإنسانياً للغرب للتأثير في القرار الدولي .

ولكل خطاب أساليبه وعباراته وأهدافه التفصيلية الخاصة، كما أن لكل خطاب رجاله الذين يحسنون صياغته وتقديمه والدفاع عما يندرج تحته من مفاهيم، وما تواجهه من تحديات، وما يستلزم من مواقف، ومن الخطأ الخلط بينها عند التوجيه والتقديم الإعلامي وإن كانت جميعاً تندرج ضمن الخطاب المقاوم بشكل عام[1] .

أصول الخطاب المقاوم:

ويمكن تحديد أصول ومعالم الخطاب المقاوم بالآتي[2]:

المبدئية : وهي الأصل الأول من معالم الخطاب المقاوم ، ونقصد بالمبدئية هنا

---

(١) الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام والمعلوماتية لعدة باحثين ،ص ٧٤.

(٢) اعتمدنا في تحديد هذه المعالم على دراسة للدكتور إدريس بووانو بعنوان الخطاب السياسي الإصلاحي النبوي، وكتاب الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام والمعلوماتية لعدة باحثين، وعملنا على إسقاطها على الخطاب المقاوم مع الإضافات.

التزام المقاومة في سلوكها ومواقفها وعلاقاتها بثوابت العقيدة التي تعتنقها والقيم التي تتبناها، وجعلها فيصلاً بينها وبين الناس، في الولاء والبراء، والإقدام والإحجام.

وهذا يكون من الفهم العميق للشريعة الإسلامية في مقاصدها ومضمونها، والإيمان الوثيق بقدراتها على مواجهة النوازل الحادثة وحل مشكلات الإنسانية جمعاء، والثقة المطلقة في مصداقيتها وأحقيتها، والانشداد لمقرراتها والاعتصام بثوابتها .

الواقعية : ونعني بها التعامل الموضوعي مع الواقع الإنساني في أبعاده الفطرية الثابتة ، وما يطرأ عليها من أوضاع وملابسات لتكييفه تدريجياً مع سنن الله في الآفاق والأنفس والكتاب ، وترقيته إلى المستوى الاستخلافي الممكن . فلا بد أن يكون الخطاب المقاوم واقعياً في كل خطواته، لا يهمل الواقع الإنساني ولاسيما المحيط به، ولا يتعالى عليه ، ولا يسقطه من حسابه، اتكالاً على وعد الله بنصر المؤمنين وعباده المجاهدين، إنما يواكبه شديد العناية بمعرفته، والإحاطة بأوضاعه وملابساته لتكيف المقاومة على ضوئها خطواتها ومواقفها الإجرائية للإفادة منها في تحريك الأحداث بإيجابية نحو تحقيق مقاصد المقاومة وأهدافها.

الفاعلية : ونقصد بها القدرة على الاستفادة من الظروف والإمكانات المتاحة لإثارة الاهتمام بالمقاومة ومواجهة المشكلات التي يثيرها الواقع في وجهها بكفاءة، يساعدها على هذا الأمر وضوح أهدافها، واقتناعها الراسخ بأنها تحمل مشروعاً حضارياً للأمة وخيراً كثيراً للإنسانية، ومرونتها الكبيرة في التعامل مع الواقع الإنساني ، وإحساسها العميق بالمسؤولية الملقاة على عاتقها في إصلاحه وتغييره، ومعرفتها المكينة بالمجتمع وقواه المختلفة ، وعدم تعاليها على الاستفادة من كل ما هو متاح حولها (بشرية ومادية ومعنوية).

الاستمرارية : ونعني بها الاندفاع المنهجي المتواصل نحو الهدف بغير كلل ولا

ملل مهما طال أمد التحديات أو اشتد؛ ومع أن القوى المضادة كان هدفها المحوري هو إعاقة المقاومة من التواصل والاستمرارية ، وبذلت وتبذل جهوداً مضنية من أجل ذلك، ولكنها سوف تتحطم على صخرة المطاولة ، وإصرار أصحابها على الاستمرار في السير نحو تحقيق أهدافها بكل جدية وفعالية وطموح.

البينة : لا بد أن يتميز الخطاب المقاوم بكونه بلاغاً مبيناً من خلال تجرده ووضوح مقاصده وأهدافه ، سعياً لإقناع الآخرين من خلاله ، يقول الله تعالى: ﴿ وَإِن تُكَذِّبُوا۟ فَقَدْ كَذَّبَ أُمَمٌ مِّن قَبْلِكُمْ ۖ وَمَا عَلَى ٱلرَّسُولِ إِلَّا ٱلْبَلَٰغُ ٱلْمُبِينُ ﴿١٨﴾ ﴾ [العنكبوت: ١٨]، والبلاغ المبين هو الواضح البيّن ، الذي يوصل المعاني المطلوبة إلى من يتوجه إليه الخطاب ،ومن الأخطاء أننا نجد بعض قادة المقاومة ومن قبلهم الدعاة يعللون ضعف دعوتهم بأنهم مكلفون بالبلاغ وليس عليهم الهداية ، وهذا الفهم منقوص لأنه مجتزأ فإنه سبحانه وتعالى قيد البلاغ بصفة المبين ، فعلى هؤلاء خاصة أمام وسائل الإعلام أن يحرصوا على توضيح خطابهم وتبيينه للناس فقد يكون الخطاب واضحاً عند صاحبه ، لكنه غير واضح عند سامعه ومتلقيه ، ولهذا نجد كثيراً من الآيات تؤكد على التبيين في الدعوة يقول الله تعالى: ﴿ وَمَآ أَرْسَلْنَا مِن رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِۦ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ۖ فَيُضِلُّ ٱللَّهُ مَن يَشَآءُ وَيَهْدِى مَن يَشَآءُ ۚ وَهُوَ ٱلْعَزِيزُ ٱلْحَكِيمُ ﴾ [إبراهيم: ٤]، والعهد الذي أخذه ربنا على الأنبياء والعلماء والدعاة والقادة هو التبيين كما حذر من عدم التبيين والكتمان ﴿ وَإِذْ أَخَذَ ٱللَّهُ مِيثَٰقَ ٱلَّذِينَ أُوتُوا۟ ٱلْكِتَٰبَ لَتُبَيِّنُنَّهُۥ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُۥ ﴾ [آل عمران: ١٨٧].

وكل هذا وغيره يدل على حرص النبي صلى الله عليه وسلم على هداية الناس وإقناعهم بالحق الذي أرسل به فرادى وجماعات ، والمجاهدون المقاومون اليوم أولى الناس بالاقتداء بهذه السنة الربانية والهدي النبوي إن أرادوا كسب الناس تأييداً لقضيتهم ومشروعهم.

الوسطية: أن الوسطية في الخطاب المقاوم هي تحقيق لمبدأ الاعتدال الذي تقوم

عليه سنة الله في خلقه، وهذا الاعتدال، والتكافؤ بين العناصر والمقومات والمكونات جميعاً، هو القاعدة الثابتة للوسطية، فإذا انتفى، فقدت الوسطية عنصرها الأساس، لأنها في هذه الحالة تميل مع الأهواء ، فتصبح تفريطاً أو إفراطاً، وهما بابان من أبواب التطرف في أحد الاتجاهين الإيجابي أو السلبي، وإن كان لا خير في التطرف من حيث هو ، وإن حسنت النوايا، لأنه شرٌّ كلّه وعاقبته وخيمة في جميع الأحوال[1].

والاعتدال : هو التزام المنهج العدل الأقوم، والحق الذي هو وسط بين الغلو والتنطع ، وبين التفريط والتقصير ، فالاعتدال والاستقامة وسط بين طرفين هما : الإفراط والتفريط .

التجديد : تجديد الخطاب المقاوم يتمثل بالتزام الأصالة برده إلى ما كان عليه أول الأمر [2]، والشيء إذا مرت عليه أحوال حتى صار قديماً فإنما يأتيه التغير والاختلاف عما كان عليه أول أمره من أحد ثلاثة أوجه : إما أن تطمس بعض معالمه، حتى لا يتضح لمن ينظر إليها، وإما أن يقتطع منه شيء فتنقص بذلك مكوناته ، وإما أن يضاف إليه ويزاد فيه، حتى تختلف صورته .

والتجديد في تلك الأحوال يكون بإظهار ما طمس، وإعادة ما نزع ونقص، وإزالة ما أضيف وألحق. فهو عودة للمنابع والأصول عودة كاملة صافية، فهو عملية إصلاحية محافظة ، وليس عملية تخريبية متفلتة [3].

كما أن من معاني التجديد التي يجب مراعاتها في الخطاب المقاوم هو مواكبته

---

(١) وسطية الإسلام وسماحته ودعوته للحوار، د. عبد العزيز بن عثمان التويجري ١ / ٢٤٢، ووسطية الإسلام وسماحته ، للدكتور وهبة الزحيلي ، النسخة الالكترونية : موقع الإسلام http://www.al-islam.com

(٢) (لسان العرب م١٢).دد، وتجديد الخطاب الديني لمحمد بن شاكر الشريف ، ص ١١)

(٣) (مصدر سابق ص ١٢) .

للتطوير البنيوي والتقني ، فيكون التجديد في المضمون والمحتوى وفي طريقة التعبير ووسيلته وأدواته.

فمقومات الخطاب المقاوم تقوم بالعودة إلى هذه الأصول، فالمداهنة والكلل والتقعر والغموض والتعالي والانزواء والاجتزاء والتطرف والتقليدية والروتينية يجب إزالتها أو تقليلها، ليكون خطابنا المقاوم مؤثراً ومقنعاً.

الخطاب المقاوم وصناعة المصطلحات:

حرب المصطلحات جانب مؤثر وفاعل في الإعلام المقاوم، فالمصطلحات تؤدي دوراً مهماً في رسم السياسات وفي افتعال الأزمات، فنجد مصطلحاً واحداً له تداعيات وآثار يؤدي إلى حروب دولية، وإلى صراعات حضارية، ولسيطرة الغرب على الوسائل الإعلامية لذا فإنه يعتمد سياسة التلاعب الاصطلاحي الذي يساهم في تغييب الحقيقة، وخلق مساحة من الغموض تمكنه من تمرير ما يهدف إليه في النهاية[1]، وهذا يفرض التبعية الإعلامية له والتي لم يتم الكشف عنها إلا بشكل محدود[2].

لذا على الإعلام العربي عموماً والإعلام المقاوم خصوصاً أن ينتبه إلى المصطلحات المتداولة في وسائل الإعلام الأخرى، فلا بد من تمحيص المصطلحات قبل استعمالها؛ فإذا كان المصطلح فيه ارتياب أو فضفاضاً يتسع لأكثر من احتمال فاتركه إلى غيره، وهذا هو المنهج القرآني في التعامل مع المصطلحات، يقول الله تعالى: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَقُولُواْ رَٰعِنَا وَقُولُواْ ٱنظُرۡنَا وَٱسۡمَعُواْۗ وَلِلۡكَٰفِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٞ ١٠٤ ﴾ [البقرة: ١٠٤]، يقول السعدي في تفسيره[3]: كان المسلمون يقولون في خطابهم للرسول عند تعلمهم أمر الدين: (راعنا) أي:

---

(١) من فقه المقاومة: د. محمد عياش ص

(٢) مسئولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد : رشدي شحاته ص٢٥٨

(٣) تفسير السعدي: ص٦١

راع أحوالنا فيقصدون بها معنى صحيحاً، وكان اليهود يريدون بها معنى فاسداً، فانتهزوا الفرصة فصاروا يخاطبون الرسول بذلك ويقصدون المعنى الفاسد، فنهى الله المؤمنين عن هذه الكلمة سداً لهذا الباب، ففيه النهي عن الجائز إذا كان وسيلة إلى محرم، وفيه الأدب واستعمال الألفاظ التي لا تحتمل إلا الحسن وعدم الفحش، وترك الألفاظ القبيحة، أو التي فيها نوع من التشويش أو احتمال لأمر غير لائق، فأمرهم بلفظة لا تحتمل إلا الحسن ، يقول النبي صلى الله عليه وسلم: (دع ما يريبك إلى ما لا يريبك)[1].

وسنتناول بعض المصطلحات التي لها علاقة بالجهاد والمقاومة عموما وفي العراق خصوصاً:

الإرهاب – المقاومة - الجهاد:

الإرهاب هذا المصطلح الذي لا تمل وسائل الإعلام من بثه على مسامعنا صباح مساء، ولكن لو سألت ما معنى هذه الكلمة؟ فإنك لن تجد جواباً!.ليس بسبب العجز اللغوي عن التوصل لتعريف واضح " جامع مانع"[2]، ولكن هنالك قصد في إبقاء هذه الكلمة بلا معنى محدد ليبقى كيساً مطاطاً يمكن استخدامه حسب الحاجة!. لذا فمن واجب رجال القانون أياً كانوا أن يقولوا كلمتهم وعلى الأقل أن يعلنوا أن كلمة " الإرهاب" كلمة غير قانونية ما لم يحدد معناها بدقة قابلة للقياس والتطبيق، لاسيما أنها من حيث اللغة تحتمل الحق والباطل إذ معناها لغة:

---

(١) رواه الترمذي (حديث ٢٥١٨) وقال الألباني: صحيح .

(٢) وجاء تعريف الإرهاب في قانون مكافحة الإرهاب بأنه كل فعل إجرامي يقوم به فرد أو جماعة منظمة استهدفت فرداً أو جماعات أو مؤسسات رسمية أو غير رسمية أوقع الأضرار بالممتلكات العامة أو الخاصة بغية الإخلال بالوضع الأمني أو الاستقرار والوحدة الوطنية أو إدخال الرعب والخوف والفزع بين الناس أو إثارة الفوضى تحقيقاً لغايات إرهابية ، وقد أحسن أحد القانونيين في تعقيبه على هذا التعريف إذ قال ما أشبه النص بالقول الشائع (فسر الماء بعد الجهد بالماء) ينظر نص القانون رقم ١٤.

التخويف، والتخويف قد يكون مشروعاً كما في قوله تعالى: ﴿تُرْهِبُونَ بِهِۦ عَدُوَّ ٱللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ﴾ [الأنفال: ٦٠] وقد يكون محرماً كما في تخويف الأبرياء الآمنين، وقد رتب الإسلام عقوبة شديدة على من يشيع الخوف بين الناس حتى لو لم يقتل ولم يسرق،ويسمى في الشريعة حد الحرابة[١].

والمؤسسات السياسية والإعلامية التابعة لها روجت لهذا المصطلح وهي لا تقصد به إلا الإسلام والجهاد والمقاومة المشروعة، وبذلك فقد حددت العدو الجديد في حربها العالمية وسعت إلى كسب التأييد.

ولو انتقلنا إلى الرؤية الإسلامية فان المصطلح الشرعي لقتال العدو واستهداف مصالحه، هو الجهاد، أي: بذل الوسع والطاقة بالقتال في سبيل الله تعالى ضد الكفار، وهو من الإرهاب المشروع، وينبغي لوسائل الإعلام أن تروج لمصطلح الجهاد والمجاهدين والمجاميع الجهادية، ولا تقتصر على لفظة المقاومة ومتعلقاتها، وذلك لأن للجهاد مقاصد عدة ودوافع متعددة منها مقاومة الاحتلال ورد المحتل عن بلاد المسلمين، وهذا يسمى جهاد الدفع وهو فرض عين على جميع المسلمين في البلد المحتل، فالاقتصار على المقاومة هو حصر الجهاد بهذه الجزئية فقط دون إدراك المقاصد والدوافع الأخرى لتشريع الجهاد.

وأيضاً حينما نطلق لفظة الجهاد فلا يتبادر لنا إلا القتال الشرعي، وأما لفظة المقاومة فهي ذات محامل، ولذا كثيراً ما تقيد بالوطنية أو الشعبية أو الإسلامية أو العراقية أو الفلسطينية وهكذا، ثم إن هذه اللفظة لها مرادفات بحسب الايديولوجيات أو الشعوب التي تقوم بها، فالبعض يسميها نضالاً والآخر كفاحاً، وفي تداول لفظة المقاومة تكريس لبعض المفاهيم المخالفة للشرع كالقومية والوطنية الضيقة، كما أن لها تداعيات خطيرة فقد أصبح جهاد غير العراقي في العراق تهمة وجريمة وكذلك غير الفلسطيني في فلسطين وهكذا يتم تضييق دائرة

---

(١) من فقه المقاومة: بتصرف وإضافات.

الفروض الشرعية.

ومن تداعياتها أيضاً حسر المفاهيم الإسلامية فعلى سبيل المثال نجد أغلب وسائلنا الإعلامية لا تتداول لفظة مجاميع جهادية أو الجهاد في العراق، هذا في وسائلنا فكيف الحال في وسائل الإعلام الأخرى، وقد تلجأ بعض المجاميع إلى تداول مصطلح المقاومة وإدراجه في اسمها من باب لا مشاحة في الاصطلاح، ولدفع ما يمكن دفعه في المعركة، وإن تعدد الواجهات يربك العدو ويعطي المجاهدين مساحة أوسع للعمل، ومع مقبولية ذلك فإنه لا بد لوسائل الإعلام أن تروج للمصطلحات الشرعية وتتجنب تبعية ذلك بنسبتها إلى مصدر هذه المجاميع، وسيكون من الأوفق للإعلاميين الإسلاميين الجمع بينهما فتسميها المقاومة الجهادية .

ولذا اهتم فقهاء الإسلام بالمصطلحات ومدلولاتها، ونبهوا إلى ضرورة مراعاة المصطلحات الشرعية وحذروا من غيرها [1]، فعلى سبيل المثال لفظة "المجاهد" **فإنهم أطلقوا على الذي يقاتل في سبيل الله أربعة أسماء وحذروا من الخامس ، فأما الأربعة فهي:**

المجاهد : وهو الذي يبذل الجهد لنصرة الدين ، وهو لفظ قرآني نبوي اختصت به الأمة الإسلامية ولم يسبق لغيرها أن تداولته، وقد سبق الحديث عن مدلولات الجهاد في الفصل الأول.

الغازي: جاء في المعجم: غزا العدو غزواً وغزوانا: سار إلى قتالهم وانتهابهم في ديارهم فهو غاز[2]، قال تعالى: ﴿أَوْ كَانُواْ غُزًّى﴾ [آل عمران: ١٥٦] قال القرطبي في تفسيره: (يعني غزاة وواحدهم غاز)[3]، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم في

---

(١) أحكام المجاهد بال٤٥ , ٢٢٩

(٢) المعجم الوسيط (٢/ ٦٥٢)

(٣) تفسير القرطبي ٤ / ٢٢٩ .

الحديث المتفق عليه: (من جهز غازياً في سبيل الله فقد غزا)[1]، وقد يقيده بعضهم فيمن يذهب لقتال العدو في داره.

الجندي: جمعه الجند وهم الأعوان والأنصار، والجند العسكر ويجمع على أجناد، قال تعالى: ﴿إِذْ جَآءَتْكُمْ جُنُودٌ فَأَرْسَلْنَا عَلَيْهِمْ رِيحًا وَجُنُودًا لَّمْ تَرَوْهَا﴾ [الأحزاب: ٩].

المقاتل: من قتله يقتله قتلاً، إذا أماته، والمقاتلة الذين يلون القتال[2]، قال تعالى: ﴿يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ﴾ [التوبة: ١١١].

ويلاحظ على المصطلحات السابقة أنها جاءت مقترنة بلفظ (في سبيل الله) أي: من أجل إعلاء دين الله فتدخل النية في أصلها.

الخامس: المحارب، وهذا لا ينبغي أن يطلق على المجاهد، ولا ينبغي أن يوصف به، لأن المجاهد لا يجاهد من أجل مآرب شخصية، أو مصالح مادية، أو عداوات قبلية أو طبقية، وإنما يجاهد من أجل إعلاء كلمة الله، وأن يمكن في الأرض لشرع الله، يقول أبو الأعلى المودودي رحمه الله، بعد أن بين أن الإسلام تجنب لفظة الحرب وغيرها: والذي أراه وأجزم به أنه ليس لذلك إلا سبب واحد وهو أن لفظة الحرب كانت ولا تزال تطلق على القتال الذي تشب لهيبه وتستعر ناره بين الرجال والأحزاب والشعوب لمآرب شخصية وأغراض ذاتية[3].

سقوط النظام – سقوط بغداد - إحتلال العراق:

سقوط النظام وهو المصطلح الذي أخذ يمثل نقطة مفصلية في تاريخ العراق الحديث، والماكينة الإعلامية للعدوان هي التي روجت لهذا المصطلح حتى شاع في الأوساط النظيفة من دون ترو وتفكير، والأصل أن قوات الاحتلال لا تشيع

---

(١) رواه البخاري (حديث ٢٦٨٨) ومسلم (حديث ٥٠١٢).

(٢) لسان العرب لابن منظور (١١/ ٥٤٧) مادة (قتل).

(٣) الجهاد في سبيل الله لأبي الأعلى المودودي ص ١٤.

مصطلحاً بريئاً، هكذا ينبغي أن نتعامل معهم، نعم نحن نعرف أن النظام سقط، ولكن التركيز على هذا المصطلح يحمل في طياته مخاطر كبيرة منها[1]:

١- اختزال جريمة الاحتلال المتمثلة بإسقاط دولة ذات سيادة وتدمير كل مؤسساتها وتعريض شعبها للضياع والمجهول، فضلاً عما رافق هذا من مذابح جماعية وانتهاكات خطيرة لحقوق الإنسان ونهب التراث والثروات وقتل العلماء والمفكرين وتهديم البنى التحتية، إن اختزال كل هذا بسقوط النظام يعني الشيء الكثير بلا شك، ومنها صرف النظر عن كل تلك الجرائم وشغل الناس بمرحلة تاريخية قد مضت.

٢- إن استخدام هذا المصطلح يعني محاولة التستر على الأهداف الحقيقية للاحتلال، فالكل يدرك أن هذه القوات ما جاءت لتقديم المساعدات الإنسانية للعراقيين، والدليل إصرارها على البقاء ورفضها حتى جدولة الانسحاب رغم الخسائر التي يتكبدونها يومياً، ورغم الضغط العالمي لاسيما بعد انكشاف الفضائح الخطيرة في سجن أبو غريب وغيره، وبعد مرور أكثر من سنتين على "سقوط النظام".

٣- إن استخدام هذا المصطلح يعني بالنتيجة أن المقاومة لا تدافع عن بلد اسمه " العراق" وإنما تقاتل من أجل " النظام" وفي هذا محاولة مكشوفة لإضعاف شرعية المقاومة وحرمانها من بعض التأييد، والحقيقة أن المصطلح المتعارف عليه في مثل هذا الحال أن نقول " سقوط بغداد" لكن هذا المصطلح مؤلم وجارح للقلب، وربما هذا ما دفع بعض المخلصين إلى أن يتحاشاه ويستخدم مكانه "سقوط النظام " فهذا أهون على النفس، لكن الحقيقة أن بغداد قد سقطت بيد الغزاة، بغداد عاصمة الأمة الإسلامية لقرون طويلة، بغداد عاصمة الفقه واللغة والتاريخ والحضارة، وبقدر حجم هذه الحقيقة المرة يظهر الحجم الحقيقي للجريمة

---

(١) من فقه المقاومة: بتصرف

التاريخية التي ارتكبها هؤلاء الغزاة، وبالقدر نفسه أيضاً ينبغي أن تتحرك طاقات الأمة من المحيط إلى المحيط لاسترداد الهيبة والكرامة أو الموت على ترابها الطاهر.

ونحن نستغرب التأكيد على لفظة السقوط مع أن تاريخنا حفظ لنا مصطلحاً أطلقه المؤرخون على استيلاء الأعداء على الدول العربية والإسلامية في التأريخ المعاصر وله دلالته القانونية وهو مصطلح "الاحتلال"، لذا من الأسلم أن نطلق على هذا الحدث الجلل احتلال العراق أو احتلال بغداد؛ ليتم تجاوز المخاطر التي تصاحب مصطلح سقوط النظام، وكذلك يتم تفنيد المصطلح الذي روجه أعوان المحتل وهو تسمية الحدث (تحرير العراق)، ولتتمكن فيما بعد من استحصال حقوق العراق والعراقيين جراء هذا الاحتلال، وذلك عبر المنظمات الدولية والإقليمية التي تراعي قانونياً مقتضيات واستحقاقات مصطلح الاحتلال والعدوان.

أسماء الجماعات الجهادية المقاومة، وأسماء إصداراتها ورموزها:

في السنوات الأولى للاحتلال نجد الوسائل الإعلامية حتى المناهضة للاحتلال تتحرج من استخدام أسماء الجماعات الجهادية المقاومة في العراق باستثناء تنظيم القاعدة في العراق، ومن المفارقة أن هذه الوسائل إن كانت تخشى من ذكر أسماء هذه الجماعات أن تتهم بدعم الإرهاب، وهي لا تذكر سوى المجموعة التي تلاحقها تهمة (الإرهاب) أينما حلت، إن تداول أسماء هذه الجماعات (كجيش أنصار السنة، وكتائب ثورة العشرين، والجيش الإسلامي في العراق، وجيش المجاهدين، والجبهة الإسلامية للمقاومة العراقية، وجيش الراشدين، وجيش الطريقة النقشبندية، وحركة المقاومة الإسلامية وغيرها)، وهي ألفاظ شرعية ومقبولة في وسائل الإعلام حتى يعرف الناس بها، وكذلك يجعلها مألوفة لديهم، ثم أنها حقيقة لها حضورها في الساحة العراقية، وهكذا أسماء الإصدارات المرئية للمجاميع الجهادية والتي تصور أبرز العمليات الجهادية[١].

---

(١) ينظر مبحث الإصدارات المرئية، وملحق الجماعات الجهادية من كتاب الجهاد الإعلامي للكتاب.

ومع ذلك فإن المقاومة الإسلامية حققت نجاحاً ملحوظاً في معركة المصطلحات، لذا يعتقد الخبير الإعلامي مصطفى الصوّاف، أن الإعلام المقاوم قد نجح في إعادة صياغة المصطلحات بما يتوافق والرسالة الجهادية المقاومة للعدوان، ويتضح ذلك - كما يقول - من خلال تفاعل الرأي العام في الدول الإسلامية وتبنِّيه مواقف الإعلام المقاوم، الذي استطاع - رغم كثافة الضباب الإعلامي المضاد - ربط القضية ببُعْدها العربي والإسلامي وإعادتها إلى حضنها الحقيقي والطبيعي، بعد كل محاولات اختصارها في قضية صراع فلسطيني - صهيوني.

ويؤكد مدير عام قناة الأقصى الأستاذ فتحي حماد أنَّهم - بوصفهم إعلاماً مقاوماً - يساهمون في جزئيات كبيرة جداً في التغيير الذي يحدث الآن عن طريق الصحوة الإسلامية في المصطلحات والأمور الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وكل شيء، ويضيف : نحن نساهم بقدر كبير في عملية التغيير؛ عن طـــريق الإعلام، وعن طريق إعـــادة صياغة العقلية العربية، وأن نتبنى الفكر الإسلامي المتقـــدم والقوي والذي يحاول أن يتخلــص من الهــزيمة التـــي ضـــربت العـــرب والمسلمين، وقد تقـــدمنا في هذا الاتجاه وأصبحت المصطلحـــات الإعلامية الإسلامية التي تبثُّها فضائية (الأقصى) مصطلحات عالمية.

وفي العراق فإن إعلام المقاومة استطاع إلى حدٍّ ما أن يعيد التوازن في حرب المصطلحات؛ بترسيخ المفاهيم الواقعية لها وخاصة مفهومَي الاحتلال والمقاومة المشروعة؛ سواء كان ذلك على المستوى الجماهيري أو الإعلامي أو الرسمي، فنجد اليوم دولاً كثيرة تسعى إلى اللقاء بفصائل المقاومة وترفض تغييبها عن المشهد العراقي، بل استطاع إعلام المقاومة أن يرسخ أسماء الجماعات الجهادية بعد أن كانت محظورة في وسائل الإعلام[1].

---

(١) دراسة : الإعلام المقاوم ـ صناعة للوعي وإشراقة للمستقبل ، مجلة البيان ، العدد ٢٥٦، النسخة الالكترونية.

ثانياً: المقاومة وصناعة الرأي العام:

يبدو أن قوى البشرية كلها وبخاصة التنظيمية تسعى إلى كسب معركة تعد من أشرس المعارك وأهمها وأخطرها ، ألا وهي معركة كسب العقول والقلوب، وقد مر العالم منذ إعلان نظام القطب الواحد بسلسلة من النظريات التي تسعى لتشكيله بصورة شبه نهائية أو أكثر وفق معطيات هذا النظام الجديد ، فمنذ العولمة وحتى حرب الأفكار مروراً بصدام الحضارات ونهاية التاريخ والفوضى الخلاقة .

وإذا ما اعترى بعض هذه النظريات مراجعات من قبل منظريها أو مؤيديها، فإن حرب الأفكار والفوضى الخلاقة ما تزالان حاضرتين لأنهما انطلقتا في خضم معركة قادتها الولايات المتحدة الأمريكية ضد عدو قديم جددته بمعايير القطب الواحد "الحرب ضد الإرهاب".

ومن أهم الدعائم التي تقوم عليها هاتان الحربان العالميتان "حرب الأفكار والحرب ضد الإرهاب" هو محاولة التأثير على الرأي العام واستقطابه.

ومع تنامي القوة الإعلامية والمعلوماتية في هذا العصر ، حتى تمكنت من وراثة العرش من القوة النووية والذرية، فقد يممت قوى الاستكبار والاستدمار والطغيان وجهها إليها ، لتكون إحدى أدواتها وأهمها في صناعة الرأي العام المحلي والإقليمي والعالمي، ومما عزز هذا الأمر أن صناعة الرأي العام أصبحت إحدى أهم وظائف الإعلام المعاصر : من خلال مساعدة الجمهور في تكوين رأي عام سليم .. وإمداده بالقدرة على ذلك .. بعرض كافة الحقائق الثابتة أمامه وإمداده بكافة المعلومات والأخبار الصحيحة الدقيقة التي تساعده على تكوين رأي صائب في قضايا وموضوعات الساعة ومجريات الأمور والأحداث التي يعيشها أو في موضوع بعينه ... فمهمة وسائل الإعلام هنا الوصول بجمهور المتلقين للرسالة الإعلامية المنوطة إلى أقصى درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة

الكاملة بمجريات الأمور بما يحقق تنوير الرأي العام[1] ، وإزاء الاهتمام بهذه الوظيفة بذل الباحثون في علوم الاتصال جهوداً كبيرة ومتواصلة في صياغة نظريات التأثير في الجمهور.

يقول أحد الباحثين : المهم، في هذا الزمن الذي أصبح صناعة الرأي العام على يد الدول الكبرى التي تريد أن تحتم سيطرتها متعدية الحدود، وعلى يد الطرف الأمريكي-الصهيوني، يترابط العمل المقاوم بالمقاومة الإعلامية أكثر من أي وقتٍ مضى ،ومن هنا يتحتم على المقاومة الإعلامية أن تعمل جاهدة في ميدان حرب الأفكار ساعية إلى صناعة رأي عام يتقبل رسالتها ويناصر قضاياها ، على أننا لا نغفل أن هذا الأمر ليس من السهولة بمكان وبخاصة إذا كنا لا نملك إلى الآن سوى محلات أو ورش صناعية محدودة الإمكانيات في مقابل مصانع جبارة تقودها الدول الكبرى في العالم ، ولكن الأمل منوط بقوله تعالى : ﴿قَالُوا۟ لَا طَاقَةَ لَنَا ٱلْيَوْمَ بِجَالُوتَ وَجُنُودِهِۦ ۚ قَالَ ٱلَّذِينَ يَظُنُّونَ أَنَّهُم مُّلَـٰقُوا۟ ٱللَّهِ كَم مِّن فِئَةٍ قَلِيلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيرَةًۢ بِإِذْنِ ٱللَّهِ ۗ وَٱللَّهُ مَعَ ٱلصَّـٰبِرِينَ﴾ [البقرة: ٢٤٩]، ومنطلق من قوله سبحانه : ﴿وَإِمَّا تَخَافَنَّ مِن قَوْمٍ خِيَانَةً فَٱنۢبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَىٰ سَوَآءٍ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْخَآئِنِينَ ﴿٥٨﴾ وَلَا يَحْسَبَنَّ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ سَبَقُوٓا۟ ۚ إِنَّهُمْ لَا يُعْجِزُونَ ﴿٥٩﴾ وَأَعِدُّوا۟ لَهُم مَّا ٱسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ وَمِن رِّبَاطِ ٱلْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِۦ عَدُوَّ ٱللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَءَاخَرِينَ مِن دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ ٱللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ۚ وَمَا تُنفِقُوا۟ مِن شَىْءٍ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴿٦٠﴾﴾ [الأنفال: ٥٨ – ٦٠]

وقوله عليه الصلاة والسلام لما سئل عن أيام الدجال: قُلْنَا: يَا رَسُولَ اللهِ وَمَا لَبْثُهُ فِي الأَرْضِ؟ قَالَ « أَرْبَعُونَ يَوْمًا، يَوْمٌ كَسَنَةٍ، وَيَوْمٌ كَشَهْرٍ، وَيَوْمٌ كَجُمُعَةٍ، وَسَائِرُ أَيَّامِهِ كَأَيَّامِكُمْ ». قُلْنَا: يَا رَسُولَ اللهِ فَذَلِكَ الْيَوْمُ الذي كَسَنَةٍ، أَتَكْفِينَا فِيهِ صَلاَةُ يَوْمٍ؟ قَالَ: لاَ، اقْدُرُوا لَهُ قَدْرَهُ[2]؛ فعلينا أن نقدر للإعلام قدره، وندرك خطره وأثره

---

(١) الإعلام السياسي والرأي العام ، د. عزيزة عبده ص ٦٧ – ٦٨ .

(٢) رواه مسلم (حديث ٧٥٦٠)

وأن نعد للأمر عدته.

مفاهيم:

إن أية صناعة متقنة تستلزم معرفة المفاهيم التي تعمل بها أو لها ، ولذا فان إدراك المفاهيم المتعلقة بصناعة الرأي العام تتطلب الوقوف عند أربعة مفاهيم وهي الرأي العام ،حرية الرأي، وحرية الإعلام ، أنواع الرأي[1] .

مفهوم الرأي العام:

الرأي: بشكل عام هو تعبير عن موقف من قضية متنازع عليها قابلة للجدل، وفي الشريعة الإسلامية هو استنباط الأحكام الشرعية ، بإعمال الرأي في ضوء قواعد مقررة، ويسمى الذين اعتمدوا ذلك بتوسع مدرسة الرأي.

وأما الرأي العام: فهو وجهة نظر أو رأي أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه أو يحجبه رأي آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة.. وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة.

أو عبارة تستعمل عادة للدلالة على تكامل آراء الناس وليس مجرد التقاء آرائهم أو تجمعها، وذلك بشأن مسألة أو مسائل تعني المجتمع الذي يحوي هؤلاء الناس على نحو من الأنحاء.. وعلى هذا الأساس يمكن أن يعتبر الرأي العام صورة من صور السلوك الجماعي تمخضت عن مناقشة وجدل بين أفراد متعددين تعنيهم المسألة التي يتعلق بها هذا السلوك أو هذه المناقشة ويتجهون لتحقيق هدف أو غاية مشتركة ويتأثرون في ذلك باعتبارات وعوامل مختلفة.

---

(١) سنعتمد في تحديد هذه المفاهيم على كتاب معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي للدكتور طه أحمد ، مصدر سابق.

مفهوم حرية الرأي:

حرية الرأي تطلق ويراد بها أحد المعنيين :

١-حرية الإنسان في طرق الفكر والنظر ، واستقلاله الفكري من دون أن تفرض عليه من الآخرين معطيات وأدوات أو قناعات من شأنها أن تقيده أو تلزمه بسلوك طريقة معينة من شأنها أن توصله إلى نتيجة مبتغاة سلفاً، حقاً كانت أو باطلاً.

٢-حرية الإنسان في الإعلان والتعبير عن رأيه، الذي توصل إليه واقتنع به بالبحث والنظر أو قلد فيه غيره، وإشاعته بين الناس والمنافحة عنه والاقناع به، سواء استقر الرأي نفسه مذهباً أو معتقداً أو ظل ظناً ومحتملاً يتفاعل به صاحبه مع الآخرين.

وهذان الأمران متلازمان فالتعبير هو الآلة التي توصل الفكرة، ولذا فإن حرية التفكير لا تعني شيئاً ما لم يصاحبها حرية التعبير.

كما أن حرية الرأي تستلزم حرية المناقشة وحرية النقد:

فحرية المناقشة للناس تمكنهم من عرض آرائهم ووجهات نظرهم مع الآخرين وتبادل الرأي والحوار في المحافل وعلى صفحات الصحف وفي برامج الإذاعة والتليفزيون.

وأما حرية النقد فتمكنهم من إبداء الرأي في نقد الأعمال وتقويمها سياسية كانت أم اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية ، وتكون في أعلى صورها في التعقيب على أخطاء القيادة السياسية الحاكمة بالنقد، ومراجعتها ، وهذا ليس أمراً مباحاً فحسب، بل هو في التشريع الإسلامي ، حق الله على كل قادر، والسكوت عن هذا النقد تفريط في جنب الله، ومن ثم فعلى حملة الأقلام وأرباب الألسنة أن يدخلوا مع انحراف الحكام والقادة في معارك حامية لا تنتهي إلا بزوال هذا الانحراف.

وحرية الرأي بهذا المفهوم الشامل مبدأ إسلامي أصيل ، حيث يستطيع الإنسان أن يفكر كما يشاء ويقول ما يشاء ، ويكتب ما يشاء ، في مدى المساحة الواسعة الممتدة التي يمنحها الإسلام للمنتمين إلى مجتمعه، وهي مساحة كبيرة لم توازها أو تضارعها أية تجربة أخرى ، رغم ما يضعه الإسلام من ضوابط ومعايير والتزامات إزاء حرية التعبير صوناً للشريعة وحفظاً للمصالح العامة.

وأما مفهوم حرية الإعلام : فهو اصطلاح يشير إلى مدى ما يتمتع به الإعلام في بلد ما من حرية في نقد الأخطاء والتعبير عن آراء الناس وعرض مشاكلهم، ونقد سياسة الحكومة. ويتوسع البعض في هذا المفهوم فيرى أن حرية الإعلام تعني حق الناس في إقامة مؤسسات إعلامية دون قيد أو شرط.

أنواع الرأي:

هنالك تقسيمات متعددة للرأي تبعاً لطبيعة الاعتبارات التي تنطلق منها والذي يهمنا في هذا المبحث هو ما يتعلق بتصنيف الرأي بحسب فئات المجتمع (جمهور ونخبة وحكام) وعلى ضوء ذلك يقسم الرأي إلى :

الرأي المنقاد: وهو رأي الجماهير التي لسلطة حاكمة تنقاد لها.

الرأي المستنير: وهو رأي النخبة من قادة الرأي والمفكرين والشخصيات المؤثرة.

الرأي المسيطر : وهو رأي السلطة الحاكمة.

وعلى ضوء هذا التقسيم يرى الباحثون أن الإتصال من أجل تشكيل الرأي العام يكون إما على مرحلة واحدة وهو الذي يتوجه إلى الجمهور مباشرة ، أو على مرحلتين فهو وإن كان مباشراً، ولكن الذين يتأثرون في بداية مباشرة الاتصال هم قادة الرأي في الجماعة ، ومن هؤلاء ينتقل التأثير إلى الآخرين، ومن هنا تتجلى أهمية النخبة ودورهم في تشكيل الرأي العام .

حرية الرأي في الإسلام:

لقد أولى الإسلام اهتماماً متزايداً بمسألة الرأي العام، ويمكن أن نحدد الأطر العامة لحرية الرأي والتعبير في الإسلام بالآتي[1]:

١-إنَّ مفهوم حرية الرأي في الإسلام مستمد من نظرة الإسلام إلى الحرية، فقد احترم الإسلام حرية التعبير وأقرها وحث عليها، وهي ليست وليدة الفكر الإنساني ، كما أنها ليست ثمرة من ثمرات نضال الأفراد والجماعات ضد الطغاة والمستبدين، وإنما هي منحة آلهية وسمة بارزة من سمات الشريعة الإسلامية وحق شرعي أصيل تدعمه النصوص الشرعية[2].

٢-الحرية الفردية أصل مقرر يرتفع به الإنسان فوق الإكراه الداخلي عن طريق الشهوات، والخارجي عن طريق الضغط والسيطرة ، ولا يمكن أن تكون الحرية الاجتماعية بديلاً للحرية الفردية، على نحو ما يدعي الماركسيون، فالحرية الاجتماعية في واقع الأمر ليست إلا مجموع حريات الأفراد ، لأن المجتمع الحر هو الذي يكون أفراده أحراراً ، والحرية لا تنبع إلا من الإيمان بعقيدة التوحيد[3]،

٣-إنَّ حرية التعبير حق للإنسان، لا يجوز التنازل عنه أو تعطيله لأنه أساس من أسس الاجتماع البشري ، وشرط من شروط المواطنة الحقة وأصل من أصول التقدم الحضاري، فالبيعة تكون: على أن نقول الحق أينما كان، ولا نخاف في الله لومة لائم"[4]، وأوصاني خليلي صلى الله عليه وسلم بخصال من الخير ؛ أوصاني أن

---

(١) اعتمدنا في هذه المفاهيم على كتاب المرجعية الإعلامية في الإسلام للدكتور طه أحمد ، مع الإشارة إلى المصادر التي اعتمدها.

(٢) الحقوق والحريات ص ٣٣٢ .

(٣) أصول الإعلام الإسلامي ص ٣٧.

(٤) رواه البخاري في صحيحه ، كتاب الأحكام ، ٦/ ٢٦٣٣ ، حديث رقم ٦٧٧٤ . ورواه مسلم في صحيحه ، كتاب الإمارة ، ٣/ ١٤٧٠ ، حديث رقم ١٧٠٩ .

لا أخاف في الله لومة لائم ، وأوصاني أن أقول الحق وإن كان مراً [(١)] .

٤-احترام الآخر والاعتراف بحقه في حرية التعبير عن آرائه وعدم إكراهه على ذلك ، يقول الله تعالى : ﴿وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَآمَنَ مَن فِي الْأَرْضِ كُلُّهُمْ جَمِيعًا أَفَأَنتَ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّىٰ يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ ﴿٩٩﴾﴾ [يونس: ٩٩]، وقوله تعالى: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَد تَّبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ﴾ [البقرة: ٢٥٦].

٥-إنَّ ممارسة النصح من أجل صالح الأمة عمل يتعبد بفعله ، ولا يجوز لأحد أن يمنعه الخوف من السلطة من قول كلمة الحق ، حتى لو أدى ذلك أن يدفع حياته أو حريته ثمناً لتلك الكلمة " أفضل الجهاد كلمة حق عند سلطان جائر " [(٢)]. و"أفضل الشهداء عند الله عز وجل رجل قام إلى والٍ جائر فأمره بالمعروف ونهاه عن المنكر فقتله" [(٣)].

٦-عدم تخويف أو إرهاب وترويع أي فرد من أفراد الرعية بسبب تعبيره عما يؤمن به، وفي حال تعرضه لأي شكل من أشكال الضغوط لممارسة حقه في التعبير، فله الحق في مقاضاة من عرضه لذلك مهما علت مكانته .

٧-لا يوجد شخص في المجتمع مهما علا كعبه وارتفعت منزلته فوق النصيحة والنقد والاعتراض وحتى المقاضاة .

ومن الأسس التطبيقية التي تدل على اهتمام الإسلام بالرأي العام:

١- كون رسالته بلاغاً مبيناً ومنهجاً معلناً لجميع الناس.

٢-اعتماد مبدأ الشورى لأهل الحل والعقد(النخبة).

٣-مراعاة الرأي العام واجتناب كل ما يؤثر سلباً على تشكيله :حتى لا يقال: إن محمداً يقتل أصحابه.

---

(١) رواه ابن حبان ، باب صلة الرحم ، ٢/ ١٩٤ ، حديث رقم ٤٤٩ .

(٢) رواه ابن ماجه في سننه ، كتاب الفتن ، ٢/ ١٣٣٠ ، حديث رقم ٤٠١٢ ، ينظر صحيح الجامع ١١٠٠ .

(٣) رواه البزار في مسنده ، ٤ / ١١٠ ، حديث رقم ١٢٨٥ .

٤-إقرار حق التعبير وحرية الرأي للجميع، واحترام الآراء من أية جهة صدرت.

نظريات التأثير الإعلامي في الرأي العام:

حتى تؤدي وسائل الإعلام دورها في التأثير على الرأي العام وتغيير قناعاته ومواقفه واتجاهاته بما يتلاءم ورسالتها الإعلامية، عمل المنظرون في علوم الاتصال والنفس والاجتماع على صياغة نظريات أطلق عليها نظريات التأثير وهي تتعلق بالتأثير الإعلامي على الجمهور وما يحدثه من تغيرات على مستقبل الرسالة، بتعلمه شيئاً من محتوى هذه الرسالة، أو تبنيه اتجاها مؤيداً لمحتواها أو تخليه عن أفكار كان قد تبناها من قبل، وتفسير طبيعة هذا التأثير، ومن أبرز هذه النظريات[1].

نظرية الاختلافات الفردية: وتعتمد هذه النظرية على ما توصل إليه علماء النفس من أن الأفراد يختلفون بشكل كبير في البناء النفسي، وعلى ذلك فالأفراد من المفترض أن يستجيبوا بشكل مختلف للمثير أو المنبه؛ وقد لخص ملفين ديفلير الخطوات الأساسية لهذه النظرية: بأن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى أعضاء المجتمع الجماهيري ولكنها تستقبل وتفسر بشكل انتقائي؛ وأساس هذه الانتقائية يرجع إلى الاختلافات في طبيعة الإدراك بين أعضاء المجتمع؛ ويرجع الاختلاف في الإدراك إلى أن كل فرد له تنظيم متميز من المعتقدات والاتجاهات والقيم والحاجات وما إلى ذلك؛ ولكون الإدراك انتقائي، فإن التذكرة والاستجابة أيضاً انتقائية؛ وبناء على ذلك فإن تأثيرات وسائل الإعلام ليست متماثلة ولا قوية ولا مباشرة، وهذه التأثيرات انتقائية ومحدودة بالاختلافات النفسية للأفراد.

نظرية الفئات الاجتماعية: وتخلص هذه النظرية إلي أن أفراد الفئة الاجتماعية الواحدة من المتوقع أن يختاروا المضمون الإتصالي نفسه تقريباً، وأنهم سوف

(١) ينظر معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، مصدر سابق مع بعض التصرف

يستجيبون بدرجة متشابهة إلى حد ما، وركزت هذه النظرية على تقسيمات الجمهور على أسس ديموجرافية ، فضلاً عن الأخذ في الاعتبار الجوانب النفسية

نظرية العلاقات الاجتماعية: وهي نظرية مكملة للسابقة ، وتؤكد هذه النظرية على تأثير الأفراد على بعضهم البعض داخل الفئة الاجتماعية الواحدة، فجمهور وسائل الإعلام رغم الفروق الفردية ، والفروق الاجتماعية ، ليسوا أفراداً منعزلين، وعلى ذلك فالعلاقات بين الأفراد – مثلها مثل سمات الفرد – يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند تقدير تأثير وسائل الإعلام .

نظرية الحقنة تحت الجلد (القذيفة السحرية): وهي من نظريات التأثير المباشر، وقد ظهرت هذه النظرية خلال الحرب العالمية الأولى على يد هارولد لازويل ، وتفترض هذه النظرية أن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً وقوياً مثل تأثير الحقنة التي تؤخذ تحت الجلد ، وأهم الافتراضات التي قامت عليها هذه النظرية :

أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب ، وهذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد وبقوة ، وهذه المنبهات تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما ، وتخلق تغييرات في التفكير والأفعال بشكل متماثل عند كل الأفراد .

أن تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة ، ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل التقاليد والعادات المشتركة، وأن الفرد يتلقى معلومات بشكل فردي من وسائل الإعلام وبدون وسيط، وأن رد الفعل أيضاً يكون فردياً ولا يعتمد على تأثير المتلقين على بعضهم .

نظرية الاستخدامات والإشباعات : ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري " تأليف كاتز وبلوملر ١٩٧٤، وتستند هذه النظرية على الآتي:

١- إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهدافاً مقصودة تلبي توقعاتهم .

٢- الربط بين الرغبة في إشباع حاجيات معينة ، وإختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية .

٣- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست هي التي تستخدمهم .

٤- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه ، وبدوافعه واهتماماته ، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام .

٥- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل .

نظرية النموذج (القدوة): وتعرف هذه النظرية أيضاً باسم نظرية باندورا مؤسس هذه النظرية عام ١٩٦١ ، وتقوم هذه النظرية في إطار نظريات التعلم الاجتماعي وبشكل خاص التعلم بالملاحظة ، وتتم من خلال الآتي:

العمليات الانتباهية : وتتمثل في الانتباه إلى المشهد أو الموقف الذي يمكن ملاحظته بشكل مباشر أو غير مباشر .

عملية الاحتفاظ : وتتمثل في عمليات الاحتفاظ طويل المدى بالنشاطات التي تصدر عن النموذج من وقت لآخر حيث لا يمكن للفرد أن يتأثر بملاحظة النموذج ما لم يقم بإدخال سلوكيات النموذج والاحتفاظ بها في الذاكرة بعيدة المدى واستيعابها وتمثلها ، بحيث تحدث تغييراً في بنائه المعرفي يؤدي إلى تغيير في سلوكه .

عملية الاسترجاع أو الاستخراج الحركي: وتتضمن صوراً عقلية وأفكاراً لترشيد

الأداء الظاهر، ويمكن لهذه الصور العقلية والأفكار المكتسبة خلال التعلم بالملاحظة أن تعمل مثيرات داخلية شبيهة بالمثيرات الخارجية التي يقدمها النموذج.

عملية الدافعية: ويعني بها توافر ظروف باعثة مناسبة تعين على أداء الاستجابات المكتسبة من النموذج.

ويتجلى أثر هذه النظرية في أن المتلقي يحاكي الشخصيات التي تعرضها وسائل الإعلام، وتتجلى خطورة الأمر هو كثرة محاكاة النماذج السلبية.

ومن المعلوم أن من أبرز أساليب الدعوة والتربية الإسلامية هو أسلوب القدوة، يقول الله تعالى:

﴿ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾ ﴾ [الأحزاب: ٢١].

﴿ قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّىٰ تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحْدَهُ ﴾ [الممتحنة: ٤].

﴿ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ وَالْحُكْمَ وَالنُّبُوَّةَ فَإِن يَكْفُرْ بِهَا هَٰؤُلَاءِ فَقَدْ وَكَّلْنَا بِهَا قَوْمًا لَّيْسُوا بِهَا بِكَافِرِينَ ﴿٨٩﴾ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهُدَاهُمُ اقْتَدِهْ قُل لَّا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرَىٰ لِلْعَالَمِينَ ﴿٩٠﴾ ﴾ [الأنعام: ٨٩ – ٩٠].

نظرية الغرس الثقافي: ترجع أصول هذه النظرية إلى العالم الأمريكي جورج جربنر، حيث بحث تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية في إطار مشروعه الخاص بالمؤثرات الثقافية، وترى هذه النظرية أن الأشخاص كثيفي التعرض لبرامج التلفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض، وأن التلفزيون وسيلة فريدة للغرس لدى الأشخاص لاسيما الأطفال، لتمتعه بخصائص منها قيامه بدور رواية الحكاية، وإمداد الطفل بالمعلومات

وتكرار الصور الذهنية ، وتفترض النظرية أن تقديم التلفزيون للواقع الاجتماعي يؤثر على معتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي .ويتجلى أثر هذه النظرية في انتشار الأفكار والمعاني الغريبة عن المجتمع، التي تنتشر عبر وسائل الإعلام وتدعيم التغيير الثقافي لصالح ثقافات خارجية أخرى.

نظرية تحديد الأولويات (الأجندة) : الفكرة الأساسية في هذه النظرية، أن هنالك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام وبخاصة الإخبارية الموضوعات وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار ، وأثبتت بحوث الأجندة تأثير وسائل الإعلام على بناء أجندة الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة ، وأن هنالك علاقة إيجابية بين ترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات اهتمامات الجمهور؛ والتدرج وفقه الأولويات معتبر في الشريعة، ومبدأ أصيل من مبادئ الدعوة والإعلام الإسلامي.

نظرية الاعتماد المتبادل : وتقوم فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الإعلام ، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الإعلام ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع ، وأهم ما أضافته النظرية: أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام ، وهي تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج .

نظرية الفجوة المعرفية: وتقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر العرض لوسائل الإعلام الجماهيرية في زيادة هذا التباين أو خلق هذا التباين ، وقد بدأ تعريف الفجوة المعرفية من خلال الفرض الذي وضعه تيتسنيور وزملاؤه ويرون فيه أنه مع تزايد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي من خلال وسائل الإعلام ، تحدث الفجوة في المعلومات بين

الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي الأعلى ، والتي تميل إلى اكتساب المعلومات أكثر ، وبين الفئات ذات المستوى الأقل .

الإعلام المقاوم والرأي العام:

إن الإعلام المقاوم وهو يسعى إلى تشكيل الرأي العام وتوجيهه ، عليه أن يضع في حسبانه الآتي:

١- إن تغيير قناعات الرأي العام ليست بالمهمة السهلة بشكل عام، ويزداد الأمر صعوبة أمام مقاومة قوى الاستكبار والعدوان والتي عادة ما تفرض حصاراً إعلامياً شديداً عليها.

٢- هنالك تنوع في الرأي العام (محلي وإقليمي وعالمي) ولكل واحد من هذه الأنواع رسالته وأدواته، وهذا يقتضي تنوعاً في أساليب تقديم الرسالة الإعلامية للمقاومة، وحتى طبيعة محتواها.

٣- إن حرية الرأي والتعبير والصحافة والإعلام تشكل أهم الضمانات لعدم تكرار الهزائم المريرة وفي الوقت نفسه فإنها تشكل الأساس لحماية كل حقوق الإنسان ومن أهمها حقه في الحياة الكريمة والدفاع عن نفسه وأهله ووطنه ضد العدوان والاحتلال[١] .

٤- إن تشكيل رأي عام يؤيد المقاومة يستدعي نشر ثقافة المقاومة وهذا لا يتحقق إلا بالعمل الجاد لإقرار حرية التعبير لأبناء الأمة ، وإن حماية حق الإنسان العربي والمسلم في التعبير عن رأيه وفكره بالقول والكتابة وتوفير الفرص له للاتصال بالجماهير يجب أن يحتل مكانة مهمة داخل ثقافة المقاومة[٢].

---

(١) استراتيجية المقاومة الشاملة ص ١٦٩ .

(٢) المصدر السابق ص ١٦٩.

٥- إزالة القيود عن حرية التعبير عن أبناء الأمة أحد واجبات المقاومة، فالشعب الجبان أو المكبوت يكون فريسة سهلة أمام الأعداء، ولاسيما إن أقبلوا بشعارات الحرية والديمقراطية في ظل بيئة مشبعة بالكبت والظلم والاستبداد.

٦- إن التجاوب مع نظريات التأثير الجماهيري ، لا يقوم إلا من خلال امتلاك وسيلة إعلام جماهيرية، وهذا ما فطنت إليه بعض حركات المقاومة الإسلامية (مثل حركة حماس التي أنشأت قناة الأقصى)، ولذا على فصائل المقاومة العراقية التفكير الجاد في إنشاء قناة فضائية تتبنى خطابهم المقاوم أو التعاون البروتوكولي مع قنوات قريبة من توجهها (قضية أو تجارة) مثل قناة الرافدين والرأي (الشعب حالياً) ، وحتى قناة الأقصى.

المبحث الثالث

بناء العلاقات العامة وصناعة إعلان مقاوم

أولاً: المقاومة وبناء العلاقات العامة:

إن مصطلح العلاقات العامة استخدم بمعناه الحديث عام ١٨٨٢ من قبل المحامي "دورمان ايبتون" في محاضرة له في قاعة كلية الحقوق في جامعة بيل وكانت بعنوان " العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية " وفي عام ١٩٠٨ استخدمه "تيودور فيل" في تقريره لشركة التيلفون والتلغراف الأهلية[١]، ومن ثم أخذ هذا المفهوم بالشيوع والانتشار بدءاً من دنيا الأعمال ومن ثم أخذ طريقه لكافة المؤسسات الاجتماعية والدينية[٢].

مفهوم العلاقات العامة:

يقصد بالعلاقات العامة بشكل عام: كل نشاط يهدف إلى كسب ثقة الجماهير وتأييدها، وتطبيقياً يعرفها معهد العلاقات العامة البريطانية بأنها: الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم التفاهم المتبادل بين هيئة وجمهورها.

-فرع من علوم الاتصال، بل هي عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات والجماهير.

-لا تعد نشاطاً ثانوي الأهمية، بل تشكل عنصراً أساسياً في نشاطات أي مؤسسة.

---

(١) المداخل الأساسية للعلاقات العامة، د. محمد منير حجاب ود. سحر محمد وهبي، دار الفجر – القاهرة.

(٢) العلاقات العامة في المؤسسات الصحية لرضا وهيب وآخرين ص ٩، نقلاً عن العلاقات العامة لزويلف والقطامين ص ١٣.

-جهود إدارية : أي أنها نشاط تمارسه أية مؤسسة وتضطلع به إدارة مختصة .

-القصدية : فالعلاقات العامة نشاط مرسوم لاستهداف جمهور مرغوب في وقت محدد وبأسلوب معين مختار .

-تندرج وفق نظام عملي وترتكز على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية وطرق البحث العلمي .

-تستهدف تحقيق الرضا العام وانتزاع موافقة الجمهور .

-عمليات تطبيقية للعلوم (الاجتماعية والسلوكية)لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة .

-تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنشر المعلومات والأفكار وتشرحها وتفسرها للجماهير (١).

ومعلوم أن العلاقات العامة تقسم عادة إلى قسمين رئيسين هما:

١-العلاقات العامة الداخلية: والجمهور المستهدف فيها هم العاملون في المؤسسة ، وفي المقاومة يمثلون أفراد المجموعة المقاومة ، وتزايد اهتمام المؤسسات بهذا الجمهور وأولته الكثير من عنايتها ، إذ يعتبر هؤلاء سفراء لمجموعتهم في مجتمعاتهم، لذا يجب أن يزودوا بنظم الجماعة ومنهجيتها وسياساتها وطبيعة أعمالها ، ويعاملوا معاملة إنسانية عادلة، وبذلك يزداد ولاؤهم للجماعة ، وترتفع معنوياتهم فيزداد عطاؤهم، كما تتحسن سمعة الجماعة في مجتمعها مما يؤدي إلى استقطاب المزيد من المقاومين للعمل فيها أو معها أو لها ، كما أن الجمهور الداخلي يحتاج إلى الأمن والاحترام والمشاركة في عملية اتخاذ القرارات والشعور بالاهتمام والاعتراف والقبول وأخيراً إتاحة الفرص دون تحيز أو تجاهل (٢).

---

(١) المداخل الأساسية للعلاقات العامة ص

(٢) السلوك الإداري والعلاقات العامة للدكتور إبراهيم الغمري ص٨٢، نقلاً عن العلاقات العامة لزويلف والقطامين ص ٨٥ .

٢-**العلاقات العامة الخارجية**: والجمهور المستهدف فيها يشتمل على جميع الأفراد من خارج المؤسسة أو الجماعة، ويرتبطون بها ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر، أو الجمهور العام ويشتمل المجتمع المحلي والإقليمي وحتى العالمي.

وجميع الجماعات ومنها المقاومة بحاجة إلى بناء علاقات عامة داخلية وخارجية لاسيما مع محدودية وسائل الاتصال لديها.

إلا أن هذا الأمر تكتنفه بعض الصعوبات منها الجانب الأمني الذي ينبغي أن تراعيه هذه المجموعة خاصة في ظل تكالب الأعداء وقلة المؤيدين أو ضعفهم، ومحدودية المعلومات التي تستطيع الإدلاء بها مما يؤثر على مصداقيتها لدى الآخرين، وصعوبة التواصل والاستمرار.

وفي جميع الأحوال فإن الجمهور الذي تسعى المقاومة (وغيرها من الجهات)إلى كسب تأييده ورضاه ليس صنفاً واحداً وإنما هو متعدد في طبيعته كما يرى ذلك منظرو علوم الاتصال ومن أقسامه[1] :

الجمهور المثقف: والذي يشتمل على أناس ذوي خبرة وثقافة، مجهزين بوسائل النقاش، وهو جمهور يحسب له حسابه، ويتطلب التعامل معه حرصاً من نوع خاص.

الجمهور العنيد الرافض : لا يعجبه العجب ، وليس بالضرورة أن يكون مثقفاً ومدركاً، وإن كان كذلك فهو متعصب، والتعامل معه يحتاج الكثير من الصبر.

الجمهور الذواق، مرهف الحس، يفرق بين الصدق والكذب، جمهور مثقف في غالبه، فهو يرفض باقتناع ويوافق باقتناع، ومن هؤلاء الأدباء والكتاب.

---

(١) العلاقات العامة ، للدكتور أحمد المصري ص ١٦، نقلاً عن العلاقات العامة لزويلف والقطامين ص ٨٤- ٨٥ .

الجمهور الغاضب، منغلق على نفسه، يحتاج إلى عناء لاقتحامه هادئ قبل ثورة عارمة.

الجمهور الجاهل: وقد يكون أمياً، ولذا لا ينفع فيه الوسائل المكتوبة يؤمن بالنتائج الفورية ، ولهذا الجمهور عاداته وتقاليده ، وهو جمهور يهمه يومه دون غده.

الجمهور البسيط : ينفعل بسرعة ويهدأ بمثلها، وليس من الميسور تغيير اتجاهه وأفكاره.

الجمهور السلبي : وأفراده اتكاليون سلبيون بطبيعتهم، يتصفون بالخجل والمزاجية وكثرة الأسئلة، بطيئون بإعطاء الإجابات على الأسئلة الموجهة إليهم .

الجمهور المتشكك: الذي يتميز بالنزعة العميقة للشك وعدم الثقة، حيث من الصعوبة أن يعرف ما يريده، وهو جمهور يصعب التعامل معه.

الجمهور المغرور: يحب ذاته ويبالغ في إدراكه لها، متعال، نافذ الصبر ويثار بسرعة، قليل السؤال حيث يظن أنه عليم بكل شيء، وإنه امتحان عسير لقدرة رجل العلاقات في اقتحامه.

الجمهور المتردد، في حديثه، وقراراته، لا يبدي معارضة، يتطلب أي حوار معه أو محادثة موقفاً حاسماً.

العلاقات الدبلوماسية :

هنالك من يتحفظ على العلاقات الدبلوماسية لاسيما مع العدو ، ولو رجعنا إلى نصوص الشريعة لوجدناها تجيز التعامل السياسي مع غير المسلمين سواء أكان عدواً أم معاهداً، وفي حالات الحرب أو السلم ، فالقرآن دعا إلى التعرف وإقامة علاقات مع غير المسلمين من شعوب وقبائل ، وإن الرسول عليه الصلاة والسلام قد بدأ بسلسلة من الاتصالات الدبلوماسية ، وأرسل سفراءه إلى الدول المجاورة ،

مثل بيزنطة وفارس ومصر والحبشة وعُمَان[1] ، ومن يطالع سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم ، وخلفائه من بعده يجد أنهم كانوا يقرون بوجود العلاقات مع غير المسلمين من أجل أغراض القتال كالمفاوضات وعقود الصلح ونحو ذلك عن طريق تبادل الرسل والسفراء الذين قرر الإسلام حمايتهم المطلقة ، بل أجاز الفقهاء دخولهم إلى وطن الإسلام بدون عقد أمان هم وصحبهم وأمتعتهم[2].

ولذا على المقاومة أن تهتم بهذه العلاقات لأنها تحقق فوائد للأمة الإسلامية وللمشروع المقاوم ، لعل أبرزها:

١- تقديم الصورة الحضارية للمقاومة ، وأنها مشروع لإرساء دعائم السلام العالمي القائم على الحق والعدل والحكم الرشيد .

٢- كشف حقيقة الصراع أمام الشعوب وبيان طغيان القوى العظمى، وتسلطها واستخفافها بكرامة الشعوب التي لا تخضع لها .

٣- التعريف بالمشروع المقاوم، واطلاع الشعوب على مفاهيم الإسلام ورسالته الإنسانية.

٤- إبقاء خطوط التواصل مستمرة مع العدو والمؤدية إلى إعلان المعاهدات أو الهدنة أو تبادل الأسرى والتحقق من معاملة الأسرى أو القيام بزرع العيون وغير ذلك.

٥- إن فتح أية علاقة ولو بأدنى مستوياتها مع العدو ولاسيما إن كان مهاباً من دول أو جماعات يكسر حاجز الخوف والرهبة لديها وهذا يفتح آفاقاً أمام المقاومة ويكسبها دعماً سياسياً وإعلامياً ومادياً.

وعلى سبيل المثال حينما جلست الإدارة الأمريكية للتفاوض مع المجلس

---

(١) العلاقات الدولية في الإسلام ، محمد بوبوش ، ص ٧٢

(٢) آثار الحرب في الفقه الإسلامي ، د. وهبة الزحيلي ، ص ٣٢٨.

السياسي للمقاومة العراقية ، فإن كثيراً من الدول العربية والإقليمية استقبلت وفوده وعلى المستوى الرسمي ، فضلاً عن الحضور الإعلامي المتميز الذي تلا هذه الخطوة.

المقاومة والعلاقات العامة :

إن مثلث نجاح المقاومة يتألف من ثلاثة أضلاع (قوتها التنظيمية والميدانية، وقوة خطابها الإعلامي، وقوة علاقاتها العامة)، وأي فشل أو تهاون في أحدها سيترك أثره عليها فتكون متخلخلة أو ضعيفة.

لذا على المقاومة العراقية أن تسعى جادة في رسم خطط استراتيجية لبناء علاقات عامة سواء مع محيطها المحلي أو الإقليمي أو الدولي ، ولاسيما بعد مرحلة الانسحاب الأمريكي وظهور واجهات إعلامية مكشوفة ، كما أن عليها التعاون الجاد مع الهيئات التي لها علاقات دولية متينة أو مقبولة ، لتوظفها في مد جسور التعاون مع الأطراف الدولية بما يخدم قضيتها ورسالتها.

وعلى وفق الخطوات الآتية :

١- الاعتناء الشديد بمكتب أو قسم العلاقات العامة ضمن هيكليتها ، وإناطة إدارتها وعملها بذوي الكفاءات الذين يتمتعون بالقدرة الفائقة على تشكيل العلاقات مع الآخرين وحسن التواصل معهم وتمتينها، وأن يتمتع باللياقة وقوة الشخصية، وبالقدرة على التحدث مع الآخرين والاستماع إليهم والتأثير في آرائهم ، والشجاعة في مواجهة المواقف المحرجة واتخاذ القرارات الحازمة والحاسمة والسريعة أحياناً، ويفضل في بعضهم إجادة اللغات الأجنبية الحية ، وأن تكون له خلفية ثقافية وإعلامية .

٢- فتح مكاتب تحت أي مسمى في الدول المؤثرة على المشهد العراقي ، للإحاطة بطبيعة مجتمعات تلك الدول وسياساتها ، ولتكون قريبة من صناع القرار

فيها، ولتكون مواكبة للأحداث أول بأول.

٣- المشاركة الفاعلة في الفعاليات الجماهيرية والعلمية والسياسية (كالمؤتمرات والندوات والمهرجانات) والاهتمام بالعلاقات الثنائية والجماعية على هامشها.

٤- إقامة الفعاليات الجماهيرية ورعايتها بحسب الإمكانيات المتاحة، للتعريف بصورة مباشرة أو غير مباشرة برسالتها ومواقفها ونشاطاتها ودورها في البناء والإصلاح.

٥- اغتنام المناسبات العامة والخاصة والطارئة وتبادل التهاني، وتقديم المواقف الملائمة، فإن مثل هذه الأجواء تكون مشحونة بالعواطف، وهو مدخل لبناء علاقات منطقية مستقبلاً.

٦- الاستعانة بالخبراء والمختصين والمؤسسات المختصة، سواء بتشكيل إدارة العلاقات العامة أو وضع خططها وبرامجها، أو تدريب أفرادها وتطويرهم في هذا المجال.

ثانياً: صناعة الإعلان المقاوم:

الإعلان لغة الإشهار بمعنى العلنية التي هي عكس السرية(١).

الإعلان اصطلاحاً بشكل عام هو فن التعريف ببذل كافة الجهود الاتصالية غير الشخصية المدفوعة، فهو وسيلة اتصال إقناعية موجهة للجمهور (غير شخصي) بما يعلن عنه.

ويكون بنشر المعلومات والبيانات عن السلع أو الخدمات أو الأفكار أو المؤسسات أو غيرها، بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو ترويجها أو تقبلها عن طريق استخدام وسائل الإعلام المختلفة نظير دفع مقابل.

---

(١) الإعلان الأسس والمبادئ ص٢٣.

الأصل أن الإعلان ذو بعد تجاري يركز على التسويق والترويج للسلع والمنتجات، ولكنه يتوسع ليشتمل على ترويج الأفكار والخدمات والأشخاص والمؤسسات وحتى الدول وذلك من خلال الإعلان الدعائي والثقافي والسياحي وغيرها.

الإعلان نشاط مدفوع القيمة مما يعطي المعلن الحق في السيطرة على العملية الإعلانية وتحريكها ، بخلاف الإعلام أو الدعاية.

كثيراً ما يصدر الإعلان عن جهة معلومة بمعنى أن شخصية المعلن يمكن الاستدلال عليها من خلال نَصّ الإعلان.

الإعلان وسيلة اتصال بالجمهور غير شخصي بمعنى أنه يستخدم وسائل الاتصال الجماهيري.

إما الإعلان المقاوم فيمكن تعريفه بأنه: نشر المعلومات والبيانات عن أفكار المقاومة أو مؤسساتها ، بقصد الترويج لها أو تقبلها عن طريق وسائل إعلانية مختلفة نظير دفع مقابل.

وتستخدم الدعاية الدعامات نفسها التي يستخدمها الإعلان التجاري ، وغالباً ما تستوحي الوسائل الفنية لهذه الدعامات ، ولكن الأشكال التي تتخذها للتعبير عن ذاتها مختلفة ، وهي أشد قرباً من تلك التي يتخذها الإعلام.

الأسس النفسية للإعلانات:

يقصد بها كيفية تدرج تأثير الإعلان على المتلقي من جلب انتباهه حتى مرحلة اتخاذ قراراتها بالرضا أو التأييد أو الانضمام إلى المشروع المقاوم.

ويشير فنانو الإعلان إلى ست خطوات أساسية يرون أن اتباعها بالتتابع يؤدي إلى إعلان ناجح يحقق جميع الأهداف التي صمم من أجلها وقد رمزوا إلى تلك الخطوات الست بكلمة "AIDCMA" ، وهي عبارة عن الأحرف الأولى للكلمات

(الانتباه والاهتمام والرغبة والاقتناع والاستجابة والذاكرة)[1]:

مرحلة جلب الانتباه:

وهي الخطوة الأولى في مسيرة الإعلان، إذ يستطيع الإعلان جلب الانتباه بحركة أو تلوين أو أضواء يشتمل عليها الإعلان شريطة أن يحمل ذلك أثراً في النفس[2].

مرحلة إثارة الاهتمام: وفي هذه المرحلة ينقل الانتباه من الأذن أو العين إلى العقل والعاطفة، وكثيراً ما تختلط هاتان المرحلتان، جلب الانتباه وإثارة الاهتمام، ولابد أن تكون الإثارة مؤثرة تشد المتلقي إلى الفكرة بعد أن تم جلب انتباهه لها.

الرغبة: وهي مرحلة استجابة الفرد للإعلان وشعوره بالحاجة إلى ما يتم عرضه.

الإقناع: حيث يبدأ الإعلان بعد خلق الرغبة بتوفير أسباب الإقناع عن طريق ذكر مزايا الفكرة وما تحققه من مصالح، والاقتناع يتم عن طريق المثيرات العقلية وليس العاطفية لأنها أكثر تأثيراً على الاقتناع.

التنفيذ (الاستجابة): ما أن توفرت وسائل الإقناع يتوجه الإعلان لترغيب المتلقي في الاستجابة لما يدعو إليه الإعلان، من اعتناق الفكرة وتأييدها من خلال عرض ثمار الفكرة والامتيازات التي سينالها لمن يعتنق ما يعرضه الإعلان المقاوم.

التثبيت بالذاكرة: وهذه إحدى الخطوات الهامة التي يسعى الإعلان من خلالها

---

(١) ينظر الإعلان الأسس والمبادئ ص ١٠٧-١٠٨، وإدارة الإعلان ص ١٤٧-١٤٨، والعلاقات العامة النظرية والأساليب ١٠٤-١٠٥.

(٢) يؤكد أكثر الباحثين أن هذا التأثير يكون بهجة في النفس وليس حزناً أو كآبة، وقد يكون ذلك مقبولاً في الإعلان التجاري، أما الإعلان عن قضية أو فكرة مقاومة فقد يكون الحزن أيضاً سبيلاً لجلب الانتباه.

في التغلب على عادة النسيان بحيث تظل المادة المعلن عنها عالقة في الذهن على الدوام، ويتحقق هذا بعدة طرق يحكمها قانون التذكر ومنها:

قانون التكرار:

قانون الأسبقية والأولوية؛ ومعناه أن الكلمات الأولى لها مواقع الصدارة من التذكر دون الكلمات التي تليها، لهذا فإن إعلانات الصحف الأولى تبقى بالذاكرة لمدة أطول لأنها تسترجع بطريقة أسرع وأسهل.

قانون الحداثة والجدة؛ ومعناه أن الكلمات الأخيرة تستقر في الذهن وهي أيسر في التذكر من الكلمات الوسيطة، وأيضاً إن إعلانات الصفحة الأخيرة ترسخ في الذهن أيضاً.

-وسائل الإعلان

-إعلانات في الصحف والمجلات.

-إعلانات الطرق ووسائل النقل.

-البريد الشخصي (سواء بواسطة الرسالة البريدية أو الالكترونية).

-الإعلان عن طريق الإذاعة والتلفزيون.

-الإعلان عن طريق الانترنت.

-الحملة الإعلانية

-استعارت الحملة الإعلانية اسمها من الحملات الحربية باعتبار أنها تعني سلسلة من الجهود والعمليات المخطط لها بكل دقة من أجل تحقيق أغراض معينة.

وتعرف بأنها ذلك النشاط الإعلاني المركب والممتد خلال مدة زمنية معينة يشتمل على سلسلة من الإعلانات المرتبطة التي تهدف إلى تحقيق نتيجة تسويقية

أو ترويجية محددة .

أو هي الاستخدام المخطط لوسائل الإعلام مجتمعة في مدة معينة لتحقيق هدف مشترك .

وفي المقاومة الإعلامية يمكن أن نعرف الحملة الإعلانية بأنها:

النشاط الإعلاني بنشر المعلومات عن مسألة أو قضية ما أو إشهار جماعة بصورة مستمرة في مدة معينة بهدف الحصول على استجابة للمادة المعلنة.

التخطيط الإعلاني:

إن تخطيط الحملات الإعلانية قبل تنفيذها يعد أمراً بالغ الأهمية بالنسبة للجهة المعلنة ولا سيما إن كانت الإمكانات والقدرات محدودة ، ويأتي هذا التخطيط في شكل خطوات أو مراحل يمكن أن نتبعها على النحو الآتي:

١- التأكد من فاعلية الفكرة أو القضية التي يتم الإعلان عنها وذلك من وجهة نظر المتلقين وليس المعلن.

٢- تحديد الهدف المقصود من الحملة وأن يكون واضحاً.

٣- تحديد معالم الجمهور من حيث الثقافة والمفاهيم الاجتماعية.

٤- جمع البيانات والمعلومات التي تحويها الرسالة الإعلانية.

٥- تحديد الوقت الملائم لبداية الحملة ومدتها الزمنية .

٦- اختيار الوسائل الإعلانية المناسبة والمتاحة.

٧- المعرفة بالأماكن التي توجه إليها الفكرة المعلنة.

وتقسم الحملات عادة إلى:

١- **حملات إعلانية محلية:** وتختص بمنطقة جغرافية صغيرة داخل القطر

الواحد، لا تتعدى المدينة أو الحي الواحد وقد تختص بدولة ما (خاصة الدول الصغيرة).

٢- **حملات إعلانية إقليمية**: وتختص بإقليم معين داخل الدولة الواحدة (خاصة الكبيرة)، وقد تكون لبعض دول القارة الواحدة.

٣- **حملات إعلانية قومية**: وهي التي تغطي أقاليم عدة في داخل الدولة الواحدة، أو الدول ذات المشتركات كالدول العربية.

٤- **حملات إعلانية دولية**: ويقصد منها التوجه إلى جمهور معين في أكثر من دولة.

المقاومة وصناعة الإعلان المقاوم:

في حال امتلاك المقاومة وسائل إعلام جماهيرية فإنها مطالبة بصناعة إعلانية متقنة، تعرضها من خلال وسائلها، أو وسائل الإعلام الممانع التي لا تمانع في نشر إعلانات للجماعات المقاومة.

وتزداد أهمية الإعلان المقاوم مع اهتمام قوات الاحتلال والموالية لها في نشر أفكارها ورسائلها سواء الدعائية أو المضادة لرسالة المقاومين ، عبر إعلانات متواصلة ومتقنة في وسائل الإعلام الجماهيرية المحلية والعالمية ولاسيما القنوات الفضائية .

كما أن على الإعلام المقاوم الاهتمام بالحملات الإعلانية، وأن تستعين في إعدادها بذوي الاختصاص وحتى الشركات المختصة.

على الجماعات المقاومة بذل جهود في إعلانات الطرق لاسيما في المناطق التي تسيطر عليها أو تحتضنها، من خلال الأشكال واللوحات المضيئة، واللافتات والملصقات التي يمكن نشرها وتعليقها في الطرقات ومداخل المدن ومخارجها والشوارع والجدران والبنايات، ويراعى فيها: استخدام كلمات محدودة من

سياسات ومواقف المقاومة ، وتكون سهلة الفهم وتعبر عن المعاني المطلوب توصيلها إلى الناس، وأن تكون كبيرة الحجم لتلفت النظر وتسهل عملية قراءتها عن بعد ، والاهتمام بالجمال الفني لتجذب الانتباه إليها .

الاهتمام بالإعلان على شبكة الانترنت ، فهو يعد من أكثرها شيوعاً وأبعدها عن الحظر، وأقلها كلفة ولا يعرف حدوداً لمتلقيه، ويمكن أن تأخذ أشكالاً متعددة ولاسيما المتحركة منها ، ومن مزايا الإعلان على الانترنت ، إمكانية تزويد المتلقي بمعلومات إضافية بل ونقله إلى الموقع الرسمي للجماعات بمجرد النقرة على أحد أزرار الارتباط، ومن مزايا الإعلان على الانترنت أنها تعمل على مدار اليوم بأكمله ، فضلاً عن إمكانية إنشاء الحملات الإعلانية المتواصلة وتعديلها.

كما أنها تساعد على أن تجعل الجمهور مفتوحاً، أو محدداً وذلك باستخدام البريد الالكتروني ، وهذا الأمر يوصلك إلى ساحات العدو وميادينه وجمهوره ، مع إمكانية مخاطبته بلغته واستخدام المؤثرات التي تجذب انتباهه وتؤثر فيه.

ومن مميزات الإعلان على الانترنت إمكانية تتبع النتائج في الحال، وقياس معدل استعراض الزائرين للإعلان، وعدد المتصفحين الذين يزورون الموقع نتيجة رؤيتهم الإعلان، كما يمكن أن تتلقى التعليقات الفورية على الإعلان (سلباً وإيجاباً) وبناء عليها يتم ضبط الرسالة الإعلانية وتعديلها وتجديدها.

المبحث الرابع

المقاومة والحرب النفسية

الحرب النفسية ميدان آخر من ميادين الصراع بين الغرب والإسلام ، بل انه يعد الآن من أكثر الحروب التي تتبناها دول الغرب لما تحققه لها من مكاسب وآثار، وتدفع عنها الحرج الدولي ، إضافة إلى قلة تكلفتها وخطورتها مقارنة بغيرها من الحروب ، كما أنها توظف أنواعاً أخرى من الحروب أو تروج لها زيادة في النيل من الروح المعنوية للخصوم أو للمتعاطفين معهم ، وتحذيراً للمحايدين سعياً لتغيير مواقفهم تجاه تأييد من يقوم بهذه الحرب .

وفي جميع الحروب والصراعات منذ العصور القديمة وحتى عصرنا الحاضر، فإن الحرب النفسية تواكب الحرب العسكرية وتسبقها وتستمر بعدها ، لأن هدفها هو تدمير معنويات العدو ودفعه إلى الاستسلام والخضوع [(١)].

وكان أول من استخدم مصطلح الحرب النفسية المحلل العسكري البريطاني ج.س فوللر عام ١٩٢٠ ، وقد عرفت الحرب النفسية في ملحق (ويبستر) الدولي الجديد للغة الانكليزية عام ١٩٤١ بأنها (هي استخدام أي وسيلة بقصد التأثير على الروح المعنوية وعلى سلوك أي جماعة لغرض عسكري معين)[(٢)].

ولم ينتشر استعمال هذا المصطلح في الولايات المتحدة الأمريكية إلا في عام ١٩٤٠م[(٣)]، وكان من أوائل التعريفات الأمريكية لها بأنها : استخدام أي وسيلة بقصد التأثير على الروح المعنوية وعلى سلوك أي جماعة لغرض عسكري معين .

---

(١) الحرب النفسية د. محمد منير حجاب ص ١١.

(٢) صلاح نصر، الحرب النفسية: معركة الكلمة والمعتقد، الجزء الأول، القاهرة، دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٧، الطبعة الثانية، ص٨٩.

(٣) معجم مصطلحات علم النفس، عبد الحميد سالمي وآخرون ص ١٠٦، نقلاً عن الحرب النفسية لحجاب ص ١٥.

ومن ثم بدأ المصطلح يقترب من الجانب الإعلامي ، فقد جاء تعريفها في قاموس المصطلحات الحربية لوزارة الحرب الأمريكية بأنها : استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التي تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها واتجاهاتها وسلوكها بطريقة تساعد على تحقيق سياسة الدولة أو الدولة المستخدمة لها وأهدافها [(١)].

ويعرفها بول لينبارجر في كتابه الحرب النفسية: بأنها استخدام الدعاية ضد العدو مع إجراءات عملية أخرى ذات طبيعة عسكرية أو اقتصادية أو سياسية مما تتطلبه الدعاية، والدعاية عنده هي: استخدام مخطط لأي شكل من أشكال الإعلام بقصد التأثير على عقول أو عواطف مجموعة معادية أو محايدة أو صديقة وذلك لتحقيق هدف استراتيجي أو تكتيكي معيَّن استخدم الدعاية ضد العدو مع إجراءات عملية أخرى ذات طبيعة عسكرية أو اقتصادية أو سياسية لما تطلبته الدعاية.

وعرفتها الموسوعة السياسية بأنها: الاستخدام المتعمد للدعاية وغيرها من الوسائل ، بهدف التأثير على آراء ومشاعر ومواقف وتصرفات المجموعات المعادية أو المحايدة أو الصديقة دعماً لسياسات أو لأهداف راهنة ، أو لخطة عسكرية ، في ظروف الحرب أو الأزمات والمواجهات ، وتستهدف الحرب النفسية بشكل عام التأثير على معنويات الخصم، والقضاء على إرادته للقتال أو المقاومة ، وفي بعض الأحيان دفعه إلى تقبل موقف الطرف الصديق [(٢)].

ونجد هذه التعريفات أدخلت الأطراف المحايدة والصديقة فيمن يوجه إليهم الحرب النفسية ، ويعترض بعض الباحثين في علوم الاتصال على ذلك ويقيدونها

---

(١) نقلاً عن الحرب النفسية لحجاب ص ١٦ .

(٢) الموسوعة السياسية ج٢/ ٢١٥

بالعدو فقط .

ويذكر الدكتور محمد منير حجاب تعريفاً واسعاً لها بأنها : حملة شاملة تستعمل كل الأدوات المتوفرة وكل الأجهزة للتأثير في عقول جماعة محددة بهدف تدمير مواقف معينة وإحلال أخرى تؤدي إلى سلوكيات تتفق مع مصالح الطرف الذي يشن الحملة "[1].

مما سبق نجد أن هنالك مسارين لتحديد مفهوم الحرب النفسية:

الأول: مفهوم شامل ضمن دائرة علم النفس والاجتماع والعلوم العسكرية والإعلام

يقول عنها جمال السيد : الحرب النفسية هي الحرب كلها سواء كانت بالقوة المادية أو القوة المعنوية، وهدفها هو وضع العدو في حالة نفسية معينة هي حالة الهزيمة ،ومن هذا التعريف نخرج بأن الحرب النفسية ليس لها وجود منفصل عن سائر أنواع الحرب العسكرية والاقتصادية والسياسية والعقائدية ..وإنما هي أصل الحروب كلها)[2]

استخدام الدعاية ضد العدو مع إجراءات عملية أخرى ذات طبيعة عسكرية أو اقتصادية أو سياسية لما تطلبته الدعاية.

الثاني : مفهوم تخصصي ضمن دائرة علوم الاتصال .

يشير إلى عمليات التأثير في الأفكار والمعتقدات وتستهدف تحطيم الروح المعنوية للخصوم، وتعتمد على الدعاية ونشر الشائعات والأخبار الكاذبة[3].

وبالرغم من ذلك ندرك أن وسائل الإعلام تقوم بالدور الرئيسي في الحرب

---

(١) المصدر السابق ص ٢٣ .

(٢) جمال السيد، أضواء على الحرب النفسية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٢، ص١٥.

(٣) معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي

النفسية حتى يمكن وصفها بأنها حرب وسائل الإعلام

كما يتم تقسيم الحرب النفسية إلى مستويات تعكس المجالات (وفي بعض الأحيان الأوقات) التي تعمل فيها الدعاية العسكرية منها:

١- الحرب النفسية الاستراتيجية: للتعبير والدلالة على دعاية موجهة إلى جمهور كبير أو مناطق واسعة.

٢-الحرب النفسية التكتيكية: ويستخدم للتعبير والدلالة على الدعاية ذات العلاقة المباشرة بالعمليات القتالية ، وأكثرها شيوعاً طلب الاستسلام.

٣-الحرب النفسية التعزيزية (للتدعيم) : ويطلق على الدعاية الموجهة في مؤخرة القوات الصديقة المتقدمة بهدف حماية خطوط المواصلات ، أو إقامة سلطة عسكرية وتسهيل تنفيذ مهامها في تلك المناطق[١].

مشروعية الحرب النفسية:

لقد سبق أن قررنا مشروعية المقاومة والمقاومة الإعلامية في الفقه والقانون ، وبما أن الحرب النفسية هي جزء من المقاومة والجهاد في سبيل الله كما أنها جزء من المقاومة الإعلامية أو الإعلام الجهادي المقاوم، فإنها تستمد مشروعيتها من مشروعية المفاهيم السابقة أو إن مشروعيتها امتداد لتلك المشروعية.

ومع ذلك سنقف عند بعض النصوص والأحكام التي تعلقت بمسائل تندرج اليوم ضمن الحرب النفسية بمفهومها المعاصر ، مؤكدين أن الإسلام أولى اهتماماً متزايداً بها لما لها من أثر فعال في حسم المعارك خاصة وأن الإسلام حرص على حرب العقول والقلوب لكسبها أكثر من حرصه على مقاتلة الأبدان وقتلها لأنه جاء لهداية الناس وإخراجهم من الظلمات إلى النور في الحياة الدنيا ويتجلى ذلك

---

(١) موسوعة السياسة، عبد الوهاب الكيالي وآخرين ج٢/ ٢١٥، وهنالك من يضيف قسماً رابعاً ويطلق عليه الحرب النفسية الدفاعية، ونرى أنها تندرج ضمن مفهوم الدعاية التي يخاطب بها أبناء المجتمع.

في قوله تعالى: ﴿وَإِنْ أَحَدٌ مِّنَ ٱلْمُشْرِكِينَ ٱسْتَجَارَكَ فَأَجِرْهُ حَتَّىٰ يَسْمَعَ كَلَٰمَ ٱللَّهِ ثُمَّ أَبْلِغْهُ مَأْمَنَهُۥ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَّا يَعْلَمُونَ ﴿٦﴾﴾ [التوبة: ٦]، وقوله عليه الصلاة والسلام لعلي بن أبي طالب رضي الله وقد أرسله لفتح باب خيبر: " انْفُذْ عَلَى رِسْلِكَ حَتَّى تَنْزِلَ بِسَاحَتِهِمْ، ثُمَّ ادْعُهُمْ إِلَى الإِسْلاَمِ، وَأَخْبِرْهُمْ بِمَا يَجِبُ عَلَيْهِمْ مِنْ حَقِّ الله فِيهِ، فَوَالله لأَنْ يَهْدِيَ الله بِكَ رَجُلاً وَاحِدًا خَيْرٌ لَكَ مِنْ أَنْ يَكُونَ لَكَ حُمْرُ النَّعَمِ"[(١)].

وحينما أبلغ بعض عمال الخليفة العادل عمر بن عبد العزيز رحمه الله بأن أهل الكتاب يدخلون في الإسلام هرباً من الجزية أجابه زاجراً: لئن أكون هادياً خير من أن أكون جابياً، يقول اللواء محمود شيت خطاب : لقد استهدف الرسول في كل غزواته تحطيم معنويات أعدائه ، بل إنه كان يستهدف تحطيم معنويات أكثر مما يستهدف تحطيم القوى المادية ، لأنه كان يطمع دائماً في عودة أعدائه إلى الصراط المستقيم والهداية ، فيحرص على بقائهم أحياء [(٢)].

كما نستطيع أن نجزم أن الله ما ابتعث من رسول إلا وتضمنت دعوته حرباً نفسية ضد خصومه يقول الدكتور منير حجاب : فهذا سليمان عليه السلام يرسل إلى ملكة بلقيس في اليمن كتابا جاء فيه: ﴿قَالَتْ يَٰٓأَيُّهَا ٱلْمَلَؤُا۟ إِنِّىٓ أُلْقِىَ إِلَىَّ كِتَٰبٌ كَرِيمٌ ﴿٢٩﴾ إِنَّهُۥ مِن سُلَيْمَٰنَ وَإِنَّهُۥ بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ ﴿٣٠﴾ أَلَّا تَعْلُوا۟ عَلَىَّ وَأْتُونِى مُسْلِمِينَ ﴿٣١﴾﴾ [النمل: ٢٩ – ٣١]، بل أمر أتباعه بإحضار عرشها قبل وصولها زيادة في إضعاف الروح المعنوية لها ولأتباعها وعدم اغترارهم بقوتهم وحثهم على الاستسلام والدخول في دين الله .

وأبرز الأدلة على اهتمام الإسلام بالحرب النفسية الموجهة للعدو فهي:

قوله تعالى : ﴿فَإِمَّا تَثْقَفَنَّهُمْ فِى ٱلْحَرْبِ فَشَرِّدْ بِهِم مَّنْ خَلْفَهُمْ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٥٧﴾ وَإِمَّا تَخَافَنَّ مِن قَوْمٍ خِيَانَةً فَٱنۢبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَىٰ سَوَآءٍ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْخَآئِنِينَ ﴿٥٨﴾ وَلَا يَحْسَبَنَّ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ سَبَقُوٓا۟ إِنَّهُمْ لَا يُعْجِزُونَ ﴿٥٩﴾ وَأَعِدُّوا۟ لَهُم مَّا ٱسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ وَمِن رِّبَاطِ ٱلْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِۦ عَدُوَّ ٱللَّهِ

---

(١) رواه البخاري (حديث ٢٨٤٧) ومسلم (حديث ٦٣٧٦)

(٢) الرسول القائد ص ٣٢٩ .

﴿وَعَدُوَّكُمْ وَءَاخَرِينَ مِن دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ ٱللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنفِقُوا۟ مِن شَىْءٍ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴿٦٠﴾﴾ [الأنفال: ٥٧ – ٦٠]

يقول القرطبي في تفسيرها : أمر الله سبحانه وتعالى بإعداد القوة للأعداء وقوله تعالى " تُرْهِبُونَ بِهِۦ عَدُوَّ ٱللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ " يعني: تخيفون به عدو الله وعدوكم من اليهود وقريش وكفار العرب "وَءَاخَرِينَ مِن دُونِهِمْ" يعني فارس و الروم ، قاله : السدّي، وقيل : الجن ، وهو اختيار الطبري ، وقيل : المراد بذلك كل من لا تعرف عداوته...)[1]، و قال فخر الدين الرازي في تعليل الأمر بإعداد القوة في قوله تعالى : (تُرْهِبُونَ بِهِۦ عَدُوَّ ٱللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ) : ثم إن الله تعالى ذكر ما لأجله أمر بإعداد هذه الأشياء ، فقال : (تُرْهِبُونَ بِهِۦ عَدُوَّ ٱللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ)، وذلك أن الكفار إذا علموا كون المسلمين متأهبين للجهاد و مستعدين له ، مستكملين لجميع الأسلحة والآلات خافوهم)[2]؛ ويعد الإمام السعدي من القوة التي يجب إعدادها : الرأي والسياسة التي بها يتقدم المسلمون ويندفع عنهم بها شر أعدائهم[3] .

وقوله تعالى : ﴿سَنُلْقِى فِى قُلُوبِ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ ٱلرُّعْبَ بِمَآ أَشْرَكُوا۟ بِٱللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِۦ سُلْطَٰنًا وَمَأْوَىٰهُمُ ٱلنَّارُ وَبِئْسَ مَثْوَى ٱلظَّٰلِمِينَ ﴿١٥١﴾﴾ [آل عمران: ١٥١]،وقوله تعالى: ﴿إِذْ يُوحِى رَبُّكَ إِلَى ٱلْمَلَٰٓئِكَةِ أَنِّى مَعَكُمْ فَثَبِّتُوا۟ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ سَأُلْقِى فِى قُلُوبِ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ ٱلرُّعْبَ فَٱضْرِبُوا۟ فَوْقَ ٱلْأَعْنَاقِ وَٱضْرِبُوا۟ مِنْهُمْ كُلَّ بَنَانٍ ﴿١٢﴾﴾ [الأنفال: ١٢]، وقوله تعالى : ﴿وَأَنزَلَ ٱلَّذِينَ ظَٰهَرُوهُم مِّنْ أَهْلِ ٱلْكِتَٰبِ مِن صَيَاصِيهِمْ وَقَذَفَ فِى قُلُوبِهِمُ ٱلرُّعْبَ فَرِيقًا تَقْتُلُونَ وَتَأْسِرُونَ فَرِيقًا ﴿٢٦﴾ وَأَوْرَثَكُمْ أَرْضَهُمْ وَدِيَٰرَهُمْ وَأَمْوَٰلَهُمْ وَأَرْضًا لَّمْ تَطَـُٔوهَا وَكَانَ ٱللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَىْءٍ قَدِيرًا ﴿٢٧﴾﴾ [الأحزاب: ٢٦ – ٢٧]، وقوله تعالى : ﴿هُوَ ٱلَّذِىٓ أَخْرَجَ ٱلَّذِينَ كَفَرُوا۟ مِنْ أَهْلِ ٱلْكِتَٰبِ مِن دِيَٰرِهِمْ لِأَوَّلِ ٱلْحَشْرِ مَا ظَنَنتُمْ أَن يَخْرُجُوا۟ وَظَنُّوٓا۟ أَنَّهُم مَّانِعَتُهُمْ حُصُونُهُم مِّنَ ٱللَّهِ فَأَتَىٰهُمُ ٱللَّهُ مِنْ حَيْثُ لَمْ يَحْتَسِبُوا۟ وَقَذَفَ فِى قُلُوبِهِمُ ٱلرُّعْبَ يُخْرِبُونَ بُيُوتَهُم بِأَيْدِيهِمْ وَأَيْدِى ٱلْمُؤْمِنِينَ فَٱعْتَبِرُوا۟ يَٰٓأُو۟لِى ٱلْأَبْصَٰرِ ﴿٢﴾ وَلَوْلَآ أَن كَتَبَ ٱللَّهُ

---

(١) الجامع لأحكام القرآن ،(١٠/ ٣٩٧) .

(٢) تفسير الرازي (٤/ ٤٧٧) .

(٣) تفسير السعدي ص ٣٢٥ .

﴿عَلَيۡهِمُ ٱلۡجَلَآءَ لَعَذَّبَهُمۡ فِي ٱلدُّنۡيَاۖ وَلَهُمۡ فِي ٱلۡأٓخِرَةِ عَذَابُ ٱلنَّارِ ٣﴾ [الحشر: ٢ – ٣].

يقول السعدي عن زرع الرعب في قلوب الأعداء في تفسيره لآية الأنفال: هو أعظم جند لكم عليهم، فإن الله إذا ثبت المؤمنين وألقى الرعب في قلوب الكافرين، لم يقدر الكافرون على الثبات لهم ومنحهم أكتافهم ، ﴿فَٱضۡرِبُواْ فَوۡقَ ٱلۡأَعۡنَاقِ﴾ [الأنفال: ١٢] أي على الرقاب ﴿وَٱضۡرِبُواْ مِنۡهُمۡ كُلَّ بَنَانٖ﴾ [الأنفال: ١٢] أي: مفصل ، وهذا خطاب إما للملائكة الذين أوحى الله إليهم أن يثبتوا الذين آمنوا فيكون في ذلك دليل أنهم باشروا القتال يوم بدر، أو للمؤمنين يشجعهم الله ويعلمهم كيف يقتلون المشركين(١).

ويقول عن آية الحشر :فأتاهم الله من حيث لم يحتسبوا، أي: من الأمر والباب الذي لم يخطر ببالهم أن يؤتوا منه وهو أنه تعالى "قذف في قلوبهم الرعب " وهو الخوف الشديد الذي هو جند الله الأكبر من الذي لا ينفع معه عدد ولا عدة ولا قوة ولا شدة، فالأمر الذي يحتسبونه ويظنون أن الخلل يدخل عليهم منه إن دخل هو الحصون التي تحصنوا بها واطمأنت نفوسهم إليها ، ومن وثق بغير الله فهو مخذول، ومن ركن إلى غير الله فهو عليه وبال ، فأتاهم أمر سماوي نزل على قلوبهم، التي هي محل الثبات والصبر أو الخور والضعف ، فأزال الله قوتها وشدتها وأورثها ضعفاً وخوراً وجبناً لا حيلة لهم في دفعه فصار ذلك عوناً عليهم(٢).

ويقول الدكتور الصلابي عن أثر الحرب النفسية على العدو المتولدة من مشاركة الملائكة في القتال بعد أن بين أثر هذه المشاركة على المسلمين كونها قوة عظمى وثبات راسخ : وهو في الوقت نفسه عامل قوي في تحطيم معنوية الكفار ، وزعزعة يقينهم، وذلك حينما يشيع في صفوفهم احتمال تكرار نزول الملائكة الذي شاهده بعضهم عياناً، أنهم مهما قدروا قوة المسلمين وعددهم، فإنه سيبقى في

---

(١) تفسير السعدي.

(٢) تفسير السعدي.

وجدانهم رعب مزلزل من احتمال مشاركة قوى غير منظورة لا يعلمون عددها ولا يقدرون مدى قوتها ، وقدِ رافق هذا الشعور المؤمنين في كل حروبهم التي خاضها الصحابة رضي الله عنهم في العهد النبوي وفي عهد الخلفاء الراشدين ، كما رافق بعض المؤمنين بعد ذلك فكان في عاملاً قوياً في انتصاراتهم المتكررة الحاسمة مع أعدائهم (١).

ومن أدلة السنة النبوية:

القولية: قوله صلى الله عليه وسلم: (أعطيت خمساً لم يعطهن أحد من الأنبياء قبلي، نصرت بالرعب مسيرة شهر، وجعلت لي الأرض مسجداً وطهوراً، وأيما رجل من أمتي أدركته الصلاة فليصل، وأحلت لي الغنائم، وكان النبي يبعث إلى قومه خاصة وبعثت إلى الناس كافة، وأعطيت الشفاعة)(٢). وفي الصحيحين قصة نعيم بن مسعود في معركة الخندق حينما جاء إلى النبي عليه الصلاة والسلام وأعلن إسلامه أمام رسول الله صلى الله عليه وسلم قائلاً: إن قومي لا يعلمون بإسلامي فمرني بما شئت ، فقال له رسول الله صلى الله عليه وسلم: (إنما أنت فينا رجل واحد، فخذّل عنا إن إستطعت ، فإن الحرب خدعة)(٣)، واستعمل النبي عليه الصلاة والسلام فعل الأمر دلالة على وجوب الحرب النفسية ضد العدو.

يقول الصلابي معقباً على هذه الحادثة : فقام نعيم بزرع الشك بين الأطراف المتحالفة ضد رسول الله صلى الله عليه وسلم ، فأغرى اليهود بطلب رهائن من قريش لئلا تدعهم وتنصرف عن الحصار ، وقال لقريش بأن اليهود إنما تطلب الرهائن لتسلمهم للمسلمين ثمناً لعودتها إلى صلحهم ، وقد نجحت دعاية نعيم بن مسعود أيما نجاح فغرست روح التشكيك وعدم الثقة بين قادة الأحزاب مما أدى

---

(١) السيرة النبوية للصلابي ص ٤١٣ ، ونقل بعضه عن التاريخ الإسلامي للحميدي ٤/ ١٤٥.

(٢) رواه البخاري (حديث ٤٢٧)، ومسلم(٥٢١).

(٣) البخاري (١١٠٢) وصحيح مسلم (١٣٦١).

إلى كسر شوكتهم وتهبيط عزمهم ...وهكذا قام نعيم بن مسعود رضي الله عنه بدور عظيم في غزوة الأحزاب[1] .

ومن السنة العملية: خروجه عليه الصلاة والسلام في مائتين من أصحابه فسمعت به بنو لحيان فهربوا في رؤوس الجبال ، فسار إلى عسفان ، لتسمع به قريش فيداخلهم الرعب ويريهم من نفسه قوة[2]، يقول اللواء محمود شيت خطاب : لقد استهدف الرسول في كل غزواته تحطيم معنويات أعدائه[3].

أهمية الحرب النفسية وأهدافها:

أهمية الحرب النفسية :

يمكن لنا أن نحدد أهمية الحرب النفسية من نظرة بعض القادة العسكريين لأثرها ودورها في الحروب والمعارك.

قيل لعلي بن أبي طالب رضي الله عنه: كيف تمكنت من قتل هذا العدد الكبير الذي قتلته من أعدائك ؟ فقال: ما كررت على واحد إلا وظن أني قاتله، فأكون أنا ونفسه عليه[4].

ويقول القائد مونتجمري: إن أعظم عامل من العوامل المؤدية إلى تحقيق النجاح هو روح المقاتل، لأنه أمر هام وجوهري أن يفهم المرء أن المعارك إنما تكتسب أولاً وقبل كل شيء في قلوب الرجال.

وأما القائد العسكري الألماني رومل فيقول: (القائد الناجح هو الذي يسيطر على عقول أعدائه قبل أبدانهم).

---

(١) السيرة النبوية للصلابي ص ٦٠٥ ، وقد نقل عن القيادة العسكرية في عهد الرسول ص ٤٧٧ .

(٢) السيرة النبوية لابن هشام ، (٣/ ٩٥) .

(٣) الرسول القائد ، ص٣٢٩.

(٤) د.أحمد نوفل، الحرب النفسية، الكتاب الأول، ص٤ .

ويؤكد ذلك القائد البريطاني تشرشل بقوله: (كثيراً ما غيرت الحرب النفسية وجه التاريخ).

ويقول القائد مارشال: إن الحرب الحديثة أصبحت في حاجة إلى المزيد من المطالب المعنوية كحاجتها إلى المطالب المادية[1].

ويقول نابليون: يتوقف مصير الحرب على مقدار قوة الجيش المعنوية وأن قيمة المعنويات بالنسبة للقوى المادية تساوي ثلاثة على واحد، أي: إن الجيش تكون قيمته ٧٥٪ من الناحية المعنوية و ٢٥٪ من الناحية المادية، وقد أيد نابليون كثير من العسكريين، وإذا كان اللواء فولر في كتابه (الأسلحة والتاريخ) قد خالفه في ذلك، بسبب اختراع الأسلحة الحديثة وتأثيرها في الناحية المادية للجيوش، فإنه يقر بأن نسبة الناحية المعنوية للمادية هي ٥٠٪ أي: إن الناحية المعنوية لا تزال ذات قيمة عظيمة حتى بعد ظهور الأسلحة الحديثة، وأن المعنويات كانت ولا تزال وستبقى عاملاً حاسماً في إحراز النصر.

وقد قيل عن الحرب النفسية: إنها السلاح الرابع بعد الجيش والطيران والبحرية، وهي تسبق الصراع المسلح وتواكبه وتدعم انتصاراته، وقد بلغ تأثير هذه الحرب حداً أن تعلن دول وأمم استسلامها لخصمها قبل أن تنطلق منه طلقة واحدة[2].

ويؤكد اللواء محمد شيت خطاب: أن المعنويات هي العقيدة، وقد أثبت تاريخ الأمم أن الجيوش لا تهزم لقلة مواردها بل لضعف عقيدتها[3].

---

(١) المدخل إلى العقيدة والاستراتيجية العسكرية الإسلامية :محمد جمال الدين محفوظ ص٢٥١ ؛عن نوفل.

(٢) ينظر ـ الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل للكتائب ، والاتصال بالجماهير والدعاية الدولية للدكتور أحمد بدر، ص٢١٧ .

(٣) بين العقيدة والقيادة ص٤٣ .

أهداف الحرب النفسية :

هنالك أهداف محورية تسعى الدول التي تقوم بالحرب النفسية إلى تحقيقها في العدو المستهدف ويمكن أن نصنف هذه الأهداف في ثلاثة جبهات[1] :

الجبهة الميدانية للعدو:

وتستهدف تحطيم هذا العدو وإلحاق الهزيمة وتثبيط معنوياته، وبث اليأس من النصر بالتشكيك بقدرته على المواصلة في القتال، من خلال المبالغة في وصف هزائم العدو، والمبالغة في وصف قوة خصومهم، والتشكيك في القيادة العسكرية والسياسية وادعاء استسلام بعضها أو هروبها من الميدان أو مقتلها، وبث الرعب والتذمر في أوساط المقاتلين وتشجيع أفراده على الاستسلام، ودفعهم إلى ترك القتال والمقاومة.

الجبهة الداخلية للعدو :

بالعمل على إضعاف الجبهة الداخلية للعدو، وإحداث ثغرات داخلها، عن طريق إظهار عجز النظم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية عن تحقيق آمال الجماهير وممارسة الضغط الاقتصادي لينهار ، وتشكيك الجماهير بقيادتها السياسية وقوتها العسكرية والنيل من كفاءتها وإخلاصها، مع إرباك وتضليل صانعي السياسة والخبراء الاقتصاديين والعسكريين، وزعزعة إيمان العدو بمبادئه وأهدافه ، تشجيع الفتن الداخلية والوقيعة بين طوائف الشعب المختلفة، لتفتيت وحدة الأمة وإحداث الفرقة بين صفوفها وتشجيع بعض أطرافها وأعضائها على الخروج على ما تجتمع عليه الغالبية وإثارة المخاوف بين أجزاء الأمة بعضهم من بعض.

---

(١) للوقوف على هذه الأهداف مفصلة يمكن الرجوع إلى المصادر التي اعتمدتها هنا وهي : الحرب النفسية للدكتور أحمد نوفل ١/ ٧٤- ٧٩ ، والاتصال بالجماهير والدعاية الدولية للدكتور أحمد بدر والحرب النفسية للدكتور محمد منير حجاب ص ٩٢-٩٧ .

الجبهة الخارجية للعدو :

من خلال التضييق على حراكه السياسي والدبلوماسي ، وتشويه كل دعوى يستند إليها ، وإثارة الأزمات السياسية والدبلوماسية أو افتعالها ، والعمل الجاد على تضييق دائرة الأصدقاء والمحايدين أمام العدو، ومحاولة كسبهم إلى جانب القضية التي يتصدى أصحابها للدفاع عنها.

أساليب الحرب النفسية ووسائلها[1]:

تتجلى أساليب الحرب النفسية في : الترويع وإثارة الرعب ، التهديد بالقوة ، التضليل الإعلامي ، التيسيط ، استغلال الظروف الاقتصادية ، فرق تسد ، تحطيم الثقة، الخداع، طرق الأبواب ، استغلال العاطفة الدينية ، تشويه وتحسين الصورة، استثارة الجوانب النفسية والاجتماعية ، التكرار ، الإبدال والإسقاط والتعريض، التبرير، استثارة روح الكراهية والسخط .

وتأخذ هذه الحرب أشكالاً وطرقاً عديدة منها: حرب المعلوماتية، الشائعات والدعايات وافتعال الأزمات ونشر النكات وحملات التشكيك وغسيل المخ والتسميم السياسي الحرب الباردة، الحرب الفكرية، الحرب الاقتصادية حرب التنبؤات والأساطير.

وأما وسائلها : فهي وسائل الإعلامية كافة (الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما والانترنت) والمنشورات واللافتات ومكبرات الصوت ، والعملاء والهواتف والجوالات.

---

(١) للتوسع فيما يرد بهذا المبحث يمكن الرجوع إلى الكتب الآتية : الحرب النفسية ضد الإسلام لعبدالوهاب كحيل ، وموسوعة الحرب النفسية للدكتور أحمد نوفل ، والحرب النفسية للدكتور محمد منير حجاب ، والحرب النفسية مفاهيم إعلامية وأحكام فقهية لعبد الهادي الزيدي.

مواجهة الحرب النفسية:

من الأسئلة الجوهرية التي ينبغي علينا أن نضعها في أولوياتنا ونحن نعمل على صناعة المقاومة الإعلامية، كيف نواجه الحرب النفسية الموجهة ضد أمتنا؟

والجواب يكون من خلال مسلكين:

الأول: العمل على تفعيلنا للحرب النفسية الموجهة للعدو من قبلنا (سواء أكانت مضادة أم مبادرة)[1].

الثاني: تفعيل الدعوة والدعاية في جبهتنا الداخلية والأطراف الصديقة والمحايدة مع الاهتمام بالأمور التي تروجها الحرب النفسية المعادية.

وقبل الخوض في تفاصيل المواجهة نقف عند أهم المسائل التي تمثل القواعد والأسس التي نستند عليها في صناعة الحرب النفسية ومنها:

١-الإيمان بمشروعية ووجوب التصدي للحرب النفسية المضادة وهي من سنن الله تعالى.

يقول الله تعالى : ﴿يُرِيدُونَ أَن يُطْفِـُٔوا نُورَ ٱللَّهِ بِأَفْوَٰهِهِمْ وَيَأْبَى ٱللَّهُ إِلَّآ أَن يُتِمَّ نُورَهُۥ وَلَوْ كَرِهَ ٱلْكَٰفِرُونَ ﴿٣٢﴾﴾ [التوبة: ٣٢]

ويقول الله تعالى: ﴿ٱلشَّهْرُ ٱلْحَرَامُ بِٱلشَّهْرِ ٱلْحَرَامِ وَٱلْحُرُمَٰتُ قِصَاصٌ ۚ فَمَنِ ٱعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ فَٱعْتَدُوا۟ عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا ٱعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَٱعْلَمُوٓا۟ أَنَّ ٱللَّهَ مَعَ ٱلْمُتَّقِينَ ﴿١٩٤﴾﴾ [البقرة: ١٩٤].

٢-الإفادة التامة والدراسة العميقة للتجربة الإسلامية في مواجهة الحرب النفسية.

فقد استطاعت هذه التجربة التي تعرضت لحرب نفسية ضروس وواجهت أنواعاً شتى من الأعداء والعداوات وصوراً عدة من الحروب والصراعات المادية

---

(١) وهذا الأمر يكون باتباع الأساليب التي مر ذكرها في هذا المبحث

والمعنوية ؛ استطاعت في تحصين الأمة وحمايتها من الفتنة و حماية دينها وشريعتها ومنهجها في الحياة ﴿وَالْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ﴾ [البقرة: ١٩١].

٣-إن مواجهة الحرب النفسية تكون باتباع التخطيط العلمي والأسلوب المهني وتوظيف التطور التقني والمعرفي في الدراسات النفسية والاجتماعية.

يقول الدكتور **محمد منير حجاب** : إن المجابهة المطلوبة يجب أن تعتمد على دراسة عميقة لأساليب العدو التي تمليها عليها أهداف عملياته النفسية الاستراتيجية والتكتيكية ، ثم دراسة لوسائله المستخدمة ، ووضع التقويم الشامل لكل ذلك ، ثم وضع الخطة الشاملة للمجابهة على ضوء هذا التقويم وملاحقتها وإحباطها(١) .

الجبهة الميدانية :

العمل على ترسيخ سياسة البنيان المرصوص للمقاتلين زيادة في تماسكهم وتكاتفهم، يقول الله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُم بُنْيَانٌ مَّرْصُوصٌ ﴿٤﴾﴾ [الصف: ٤].

٤-الحرص على الكتمان والسرية ابتداء من قبل الانطلاقة وحتى مرجعهم منها.

يقول عليه الصلاة والسلام : استعينوا على إنجاح حوائجكم بالكتمان فإن كل ذي نعمة محسود(٢)، وكان عليه الصلاة والسلام قلما يريد غزوة إلاّ ورّى بغيرها (٣).

فكان عليه الصلاة والسلام يقظاً تماماً في طريقة معاملة العدو فلا يكشف له ناحية من جيش المسلمين يمكن أن يستفيد منها وكان يحرص أشد الحرص

---

(١) الحرب النفسية ص ٣٦٥ .

(٢) رواه الطبراني في معجمه الصغير ج٢/ ص٢٩٢ ح١١٨٦

(٣) فتح الباري ، (٦/ ١١٣)

على كتمان أمر حركته وأحوال مجتمعه عن العدو يقول اللواء محمود شيت خطاب: حرص الرسول على كتمان نواياه حرصاً شديداً، فكان إذا أراد غزوة ورّى بغيرها ، فينقل الطابور الخامس تلك المعلومات الخاطئة ، مما يؤدي إلى بلبلة أفكار أعداء المسلمين ... وقد أخفى نواياه في غزوة الفتح حتى عن أهله وصاحبه أبي بكر... بهذا الكتمان استطاع الرسول أن يحرك جيشاً كبيراً من عشرة آلاف مسلم لفتح مكة من دون أن تستطيع قريش معرفة وقت حركته ولا نواياه ، حتى وصل الجيش إلى ضواحي مكة ، فاضطرت قريش إلى التسليم[1] ، ومن القواعد المقررة في العمل العسكري : المعلومة على قدر الحاجة وليس على قدر الثقة.

٥-الحرص على جمع المعلومات عن العدو وتحركاته وأعماله:

وعلى الرغم من أن النبي عليه الصلاة والسلام مؤيد بالوحي الذي يأتيه بالأخبار، إلا أن النبي لم يكتف بالإمكانية الملائكية في جمع الأخبار والمعلومات عن عدوه، وإنما عول أيضاً على قدراته الذاتية والطاقات البشرية من حوله .ففي معركة بدر أرسل الرسول دوريتي استطلاع غرضهما الحصول على معلومات عن قوة قريش ومواضعها ، الدورية الأولى استطاعت الوصول إلى ماء بدر وعادت بغلامين لقريش ، فاستنطقهما الرسول وعلم أن قريشاً وراء الكثيب (العدوة القصوى)، ولما أجابا : بأنهما لا يعرفان عدد رجال قريش ، سألهما : كم ينحرون يومياً ؟ فأجابا: يوماً تسعاً ويوماً عشراً، فاستنبط الرسول من ذلك أنهم بين التسعمائة والألف، وعلم من الغلامين كذلك أن أشراف قريش جميعاً خرجوا لمنعه، وأما الدورية الثانية فعلمت من جاريتين إن العير تأتي غداً أو بعد غد[2] .

وفي غزوة الأحزاب ندب النبي محمد عليه الصلاة والسلام حذيفة بن اليمان ليذهب إلى معسكر الأحزاب ويأتيه بخبرهم .

---

(١) الرسول القائد ، ٣١٥ .

(٢) الرسول القائد ٧٢- ٧٣ .

تعزيز ثقة الجند بالقيادة وتقوية أواصر الاحترام المتبادل بين الجند وقادتهم من أجل قطع الطريق عن محاولاتِ العدو في زرع الفتنة والشقاق والعصيان في صفوف المقاتلين ومن المسائل التي تدعم ذلك

٦-تقوية السمع والطاعة وكان عليه الصلاة والسلام يلجأ إلى البيعة أو تجديدها مع المقاتلين في ساحة القتال.

من شروط الجندية الحقة للمسلم وانضمامه إلى جند الله هو السمع والطاعة، ففي الصحيحين عن عبادة بن الصامت رضي الله عنه قال: " بَايَعْنَا رَسُول الله - صلى الله عليه وسلم - عَلَى السَّمْعِ والطَّاعَةِ في العُسْرِ واليُسْرِ ، والمَنْشَطِ وَالمَكْرَهِ، وَعَلَى أثَرَةٍ عَلَيْنَا ، وَعَلَى أنْ لاَ نُنازِعَ الأمْرَ أهْلَهُ إلاَّ أنْ تَرَوْا كُفْراً بَوَاحاً عِنْدَكُمْ مِنَ اللهِ تَعَالَى فِيهِ بُرْهَانٌ، وَعَلَى أنْ نَقُولَ بالحَقِّ أيْنَمَا كُنَّا لاَ نَخَافُ في اللهِ لَوْمَةَ لاَئِمٍ"، مُتَّفَقٌ عَلَيهِ[1]، وفي الحديبية دعى أصحابه إلى البيعة تحت الشجرة.

٧- تكامل الصفات القيادية في أمير الجند وقادته:

(يجب أن يكون قائد الجيش وحامل اللواء ونحوهم من أولي الشجاعة والنجدة والجرأة و الدين، ثابت الجنان، صارم القلب شديد البأس، فإنه إذا كان كذلك أثر في جيشه قوة قلب وشدة بأس وثبات جأش وثقة بالظفر فإن منزلته منهم، منزلة القلب من الجسد...).[2]

احترام القيادة للآراء التي يعرضها بعض الجنود والحرص على مشاورتهم، يقول الله تعالى: ﴿وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾ [آل عمران: ١٥٩]، وكان عليه الصلاة والسلام يقول قبل معركة بدر: أشيروا عليَّ أيها الناس، وفي

---

(١) البخاري (حديث ٧٠٥٥)، ومسلم (١٧٠٩)

(٢) مشارع الأشواق إلى مصارع العشاق، دار البشائر الإسلامية، بيروت، ٢٠٠٢، ط٣، مجلد ٢، ص١٠٧٤.

معركة بدر أشار عليه الحباب بن المنذر رضي الله عنه بتغيير المكان الذي عسكر فيه المسلمون ، فأنفذ النبي عليه الصلاة والسلام رأي الحباب .

٨-تعزيز الثقة والمحبة المتبادلتين:

لقد كانت ثقة أصحاب الرسول به عظيمة جداً، كما كانت ثقته بأصحابه عظيمة أيضاً، ويكفي أن تذكر موقف المسلمين من صلح الحديبية ، إذ لولا ثقتهم العظيمة بالرسول ، لرفضوا هذا الصلح .

مع التأكيد بأن الأصل في علاقة الجند بقائدهم هو التمسك بالمنهج الذي ينتهجه هؤلاء القادة ﴿ وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ مِن قَبْلِهِ الرُّسُلُ أَفَإِيْن مَّاتَ أَوْ قُتِلَ انقَلَبْتُمْ عَلَىٰ أَعْقَابِكُمْ وَمَن يَنقَلِبْ عَلَىٰ عَقِبَيْهِ فَلَن يَضُرَّ اللَّهَ شَيْئًا وَسَيَجْزِي اللَّهُ الشَّاكِرِينَ ﴿١٤٤﴾ ﴾ [آل عمران: ١٤٤].

٩-تأمين الجيش وتحصينه وإخراج المرجفين والمخذلين والعيون منه:

يقول الله تعالى: ﴿ إِنَّمَا يَسْتَأْذِنُكَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَارْتَابَتْ قُلُوبُهُمْ فَهُمْ فِي رَيْبِهِمْ يَتَرَدَّدُونَ ﴿٤٥﴾ ۞ وَلَوْ أَرَادُوا الْخُرُوجَ لَأَعَدُّوا لَهُ عُدَّةً وَلَٰكِن كَرِهَ اللَّهُ انبِعَاثَهُمْ فَثَبَّطَهُمْ وَقِيلَ اقْعُدُوا مَعَ الْقَاعِدِينَ ﴿٤٦﴾ لَوْ خَرَجُوا فِيكُم مَّا زَادُوكُمْ إِلَّا خَبَالًا وَلَأَوْضَعُوا خِلَالَكُمْ يَبْغُونَكُمُ الْفِتْنَةَ وَفِيكُمْ سَمَّاعُونَ لَهُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ ﴿٤٧﴾ ﴾ [التوبة: ٤٥ -٤٧].

يبين السعدي في تفسيره الحكمة في عدم خروج المرجفين والمنافقين مع الجيش: إذ لو خرجوا معكم لسعوا في الفتنة والشر بينكم ، وفرقوا جماعتكم المجتمعين (يبغونكم الفتنة) أي : هم حريصون على فتنتكم وإلقاء العداوة بينكم، (وفيكم) أناس ضعفاء العقول (سماعون لهم) أي: مستجيبون لدعوتهم يغترون بهم، فإذا كانوا حريصين على خذلانكم، وإلقاء الشر بينكم، وتثبيطكم عن أعدائكم ، وفيكم من يقبل منهم ويستنصحهم ، فما ظنك بالشر الحاصل

من خروجهم مع المؤمنين ، والنقص الكثير منهم؟ فلله ما أتم الحكمة حيث ثبطهم ومنعهم من الخروج مع عباده المؤمنين رحمة بهم ، ولطفاً من أن يداخلهم ما لا ينفعهم بل يضرهم[1] .

ويؤكد الإمام الماوردي على تأمين عنصر التحصين الأمني و النفسي في الجند ويجعلها إحدى مهام أمير الجيش إذ عليه (أن يتصفح الجيش و من فيه؛ ليخرج من كان فيه تخذيل للمجاهدين و إرجاف للمسلمين أو عيناً عليهم للمشركين)[2].

وفي معنى هؤلاء : المرجف : وهو الذي يكثر الأراجيف ، بأن يقول : أقبلت سرية كذا، أو لحقهم مدد العدو من جهة كذا، أو لهم كمين في موضع كذا، ونحو ذلك ...)[3] ، ومن ذلك ما جرى في غزوة بني المصطلق حين أحدث المنافقون الشقاق بين صفوف المسلمين (المهاجرين والأنصار)، فقال عمر رضي الله عنه لرسول الله صلى الله عليه وسلم: يا رسول الله دعني أضرب عنق هذا المنافق فقال النبي صلى الله عليه وسلم:(دعه ،لا يتحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه)[4] .

١٠-المواجهة العملية والمباشرة للإشاعات والأراجيف التي يروجها العدو في معسكر الجند:

ففي معركة أُحد ، حينما أشاع المشركون مقتل النبي عليه الصلاة والسلام وأرتبك المسلمون حتى أوشكوا على الافتتان، صاح رسول الله – عليه الصلاة والسلام – لإعادة التوازن إلى صف المسلمين وتكذيب إشاعة الكفار : (إليَّ عباد الله ، إليَّ عباد الله) فقبرت هذه الإشاعة في مهدها[5] .

---

(١) تفسير السعدي ص ٣٣٩.

(٢) الأحكام السلطانية للماوردي ، ص ٤٥

(٣) المغني لابن قدامة (١٠/ ٣٧٢).

(٤) السيرة النبوية لابن هشام (٢/ ٢٩٢) .

(٥) تفسير الطبري (٤/ ٧٣ - ٧٤).

وجاء في فتح الباري، في التعليق على حديث: (أنا النبي لا كذب، أنا ابن عبد المطلب)[1].قال:(وفيه الانتساب إلى الآباء ولو ماتوا في الجاهلية، والنهي عن ذلك محمول على ما هو خارج الحرب)[2].

وفي غزوة بني المصطلق وحينما حصل شجار بين مهاجر وأنصاري وكاد الطرفان أن يقتتلا، ومن ثم انتشار شائعة الإفك وهي من أكثر إشاعات المنافقين التي أحدثت شقاقاً بين صفوف المسلمين المهاجرين والأنصار، فأمر برحيل الجيش في ساعة لم يكن يرتحل فيها، ولم يتوقف عن المسير لأكثر من يوم ونصف[3].

وفي عمرة الحديبية حين أطلقت إشاعة مقتل قريش لعثمان بن عفان رضي الله عنه الذي أرسله – عليه الصلاة والسلام – لمفاوضة المشركين في مكة ، واحترازاً من أن تحدث هذه الإشاعة إثرها السيئ في صفوف المسلمين دعا مباشرة أصحابه إلى البيعة على مقاتلة المشركين ، فأجتمع المسلمون جميعاً تحت الشجرة لأداء هذه البيعة التي صرفت أنظارهم عن آثار هذه الإشاعة المغرضة[4].

الجبهة الداخلية:

تعريف المجتمع بعدالة القضية التي يحاربون من أجلها، وإنها حق مشروع لا يمكن التنازل عنه ولا ظلم فيه، فهي مقاومة عادلة لها بواعثها الشرعية والقانونية، والحرص على إقناع أبناء الأمة بذلك لارتباط هذا الأمر برفع المعنويات، والديمومة على ذلك من أجل الاحتفاظ بمعنوياتهم المرتفعة، مع الالتزام بالصدق وعرض الحقائق على الجمهور.

---

(١) صحيح مسلم رقم (١٧٧٦).

(٢) فتح الباري (٦/ ١١٣).

(٣) تهذيب السيرة النبوية ، يوسف علي بديوي ص ٣٣٩ .

(٤) صحيح البخاري ، كتاب فضائل الصحابة ،برقم (٣٤٩٥) .

١١-حشد وتوجيه الحقد والكره المباشر للعدو وتجميع الأمة وتعبئة مشاعر أبنائها على عدوها مستهدفين بذلك مبادئه وأفكاره وعقائده وعند ذاك يقل ضغط الحرب النفسية على المجتمع[١].

١٢-تأكيد هيبة القادة واتخاذهم كمثل عليا للاقتداء بهم.

يقول الله تعالى: ﴿ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ ﴾ [الأحزاب: ٢١].

فتعزيز الثقة بالقيادة وتقوية أواصر الاحترام المتبادل بين أبناء الأمة وقادتها تساهم مساهمة فاعلة في مواجهة الحرب النفسية التي يشنها العدو وتحييدها وتقليل أثرها وصولاً إلى إفشالها.

ومنها احترام حرية التعبير عن الرأي خاصة الذي يتعلق بشؤون الأمة والحكم، كالمطالبة بالحق والشكوى من الظلم، وحق الأفراد في محاسبة الحكام ونقدهم والتعقيب على أخطائهم، وهي اليوم جزء مما يسمى بالحقوق السياسية، وقد يظن بعضهم أن هذه الحرية قد تسهم في إضعاف السلطة، ونقول: إنها تضعفها إن كانت ظالمة أو كانت الدعاوى ارجافية، وإلا فإن كفالة هذه الحرية في المجتمع الإسلامي أسهمت في تقويته، إن حرية الرأي والتعبير والصحافة والإعلام تشكل أهم الضمانات لعدم تكرار الهزائم المريرة، وفي الوقت نفسه فإنها تشكل الأساس لحماية كل حقوق الإنسان ومن أهمها حقه في الحياة الكريمة والدفاع عن نفسه وأهله ووطنه ضد العدوان والاحتلال[٢].

والإسلام لا يكتفي بالسماح بممارستها بل إنه يأمر بها ويحث عليها باعتبارها فريضة على كل مسلم، ونوعاً من الجهاد والعبادة والموت بسببها شهادة.

---

(١) الحرب النفسية، الكتاب الأول، الدكتور أحمد نوفل، ص ٧٢.

(٢) استراتيجية المقاومة الشاملة ص ١٦٩.

تحصين الجبهة الداخلية وتقويتها، وله مجالات عدة، أهمها:

التحصين العقدي والفكري :

تأمين المجتمع وتحصينه خاصة من التيارات العقدية المنحرفة والحركات الهدامة ورؤوس النفاق ومصادره كما فعل بمسجد الضرار و دلالة الآية يتضح فيما قاله القرطبي في بيانه لعمل المرجفين : المرجفون في المدينة قوم كانوا يخبرون المؤمنين بما يسوؤهم من عدوهم فيقولون إذا خرجت سرايا رسول الله صلى الله عليه وسلم: قد قتلوا أو هزموا ، وإن العدو قد أتاكم ... والإرجاف التماس الفتنة، والإرجاف إشاعة الكذب و الباطل للاغتنام به وقيل : تحريك القلوب [١].

التحصين الأمني للمجتمع:

بتأمينه وتطهيره من المرجفين والعيون والجواسيس والمخربين والمفسدين وأهل الحرابة خاصة التي لها ارتباط بالعدو بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، ولكي تواجه الدولة عمليات المخابرات الأجنبية المعادية لها، عليها أن تتخذ من التدابير والإجراءات والعمليات ما يكفل لها ضمان التحفظ على أسرارها و يمنع حدوث ما يمكن أن يلحق الإضرار بها أو يؤثر على سلامتها و أمنها [٢] .

التحصين الاجتماعي والاقتصادي والإعلامي :

ولاسيما تحصين المجتمع ضد الإشاعات ومواجهتها بجميع الأساليب، ومن أهم القواعد المستنبطة من الشريعة الإسلامية التي ينبغي على الإعلام الجهادي أن يعتمدهما في منهجه في مقاومة الشائعات هي[٣] :

---

(١) الجامع لأحكام القرآن القرطبي ،ج١٤ ، ص٢٤٥ .

(٢) جمال الدين محفوظ ، مصدر سابق ، ص٤٨ .

(٣) ينظر بحوث في الإعلام الإسلامي ٢٨ –وما بعدها، بتصرف وإضافة.

المسؤولية الجماعية: تقع مسؤولية مقاومة الشائعات على كل فرد من أفراد المجتمع عموماً والمجاهدين بشكل خاص، وذلك بتجنب ترديدها ونشرها بين الناس، وضرورة إبلاغ المسؤولين بها فور سماعها، حيث يأتيه التوضيح السليم من المسؤولين الذين أبلغهم الشائعات يقول الله تعالى: ﴿إِذْ تَلَقَّوْنَهُۥ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِۦ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُۥ هَيِّنًا وَهُوَ عِندَ ٱللَّهِ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾﴾ [النور: ١٥]، والدليل على الرجوع إلى المسؤولين قوله تعالى: ﴿وَإِذَا جَآءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ ٱلْأَمْنِ أَوِ ٱلْخَوْفِ أَذَاعُوا۟ بِهِۦ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى ٱلرَّسُولِ وَإِلَىٰٓ أُو۟لِى ٱلْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ ٱلَّذِينَ يَسْتَنۢبِطُونَهُۥ مِنْهُمْ ۗ وَلَوْلَا فَضْلُ ٱللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُۥ لَٱتَّبَعْتُمُ ٱلشَّيْطَٰنَ إِلَّا قَلِيلًا ﴿٨٣﴾﴾ [النساء: ٨٣]، لذا على الإعلاميين تجنب إذاعة الخبر إلا بعد التوثق من مصدره، وعلى الإعلام الجهادي أن ينقل كل شائعة إلى قيادته، ويطلب منهم رداً للقضاء عليها، من خلال الرسائل الصوتية والبيانات السياسية والتصريحات الصحفية.

القيادة الحاسمة: من الأفضل أن يقوم بتكذيب الشائعات شخصيات قيادية مؤثرة ومقبولة من قبل الجماهير ولها مكانتها في المجتمع بحيث يميلوا إلى تصديق تلك الشخصيات ويكفوا عن ترويج الشائعات، ولذا نجد النبي صلى الله عليه وسلم كان كثيراً ما يتصدى بنفسه لهذه الشائعات، وهنا يتجلى دور القادة والمسؤولين في المجاميع الجهادية بتفاعلهم الإيجابي مع المؤسسات الإعلامية، وكذلك حرص الإعلاميين على اللقاء مع المسؤولين الرسمين خاصة ذوي العلاقة كالقادة والناطقين الرسمي والإعلامي.

حصر الشائعة؛ وتتم بالآتي:

- رد كل شائعة من مصدرها ومباشرة عند ظهورها، ومحاولة القضاء عليها من منبعها وقلعها من جذورها وكشف مروجيها وفضحهم بأسرع وقت، وقد فعل النبي صلى الله عليه وسلم ذلك حينما تناهى إليه أن أناساً من المنافقين يجتمعون في بيت سويلم اليهودي يثبطون الناس عن الخروج مع النبي صلى الله عليه وسلم

في غزوة تبوك، فأرسل إلى طلحة بن عبيد الله مع نفر من أصحابه وأمره أن يحرق عليه البيت، وبذلك تخلص المسلمون من الشرور التي تنبعث من تلك البؤرة الفاسدة، وكذلك فعله من تهديم مسجد الضرار الذي ما بني إلا ليكون بوقاً للشائعات والافتراءات يقول الله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مَسْجِدًا ضِرَارًا وَكُفْرًا وَتَفْرِيقًا بَيْنَ الْمُؤْمِنِينَ وَإِرْصَادًا لِمَنْ حَارَبَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ مِن قَبْلُ وَلَيَحْلِفُنَّ إِنْ أَرَدْنَا إِلَّا الْحُسْنَىٰ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ ﴿١٠٧﴾﴾ [التوبة: ١٠٧]، وقد أحسنت أكثر الجماعات الجهادية المقاومة ذلك من خلال مسارعتها إلى إصدار بياناتها إثر كل حالة تستدعي الرد عليها وإن انحصرت في مواقعها الالكترونية.

- يكون تكذيب الشائعة بطريق غير مباشر، من دون إعادة ذكر الشائعة أو كشف مصدرها وقصد مروجيها منها، وهذا يتطلب مهارة لمن يتصدى لهذه المهمة وذلك لأن هناك أناساً يصدقون الشائعات ولا يصدقون تكذيبها، وهذا أسلوب عالجه القرآن حينما تعرض للشائعات في حادثة الإفك يقول الله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنكُمْ ۚ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم ۖ بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ۚ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُم مَّا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ ۚ وَالَّذِي تَوَلَّىٰ كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿١١﴾﴾ [النور: ١١]، لذا على المؤسسات الإعلامية تجنب تكرار الشائعة في نشراتها الإخبارية مع ضرورة تأكيد التكذيب والتلميح بالشائعة من غير تصريح أو توسعة.

- لتقليل أثر الشائعة أو القضاء عليها يلجأ إلى أسلوب تحويل الأنظار عن الشائعة إلى مجالات أخرى مفيدة للناس، تستنفد جهودهم وتفكيرهم ولا تدع لهم فرصة للخوض في الشائعة كما فعل النبي صلى الله عليه وسلم بعد حدوث الفتنة بين المهاجرين والأنصار في غزوة بني المصطلق حيث أمر النبي صلى الله عليه وسلم بالمسير في ساعة لم يألفوا السير فيها، وواصل السير ليلاً ونهاراً حتى أدرك المكان الذي يريد، وحين ذاك استسلموا جميعاً للنوم ولم يخوضوا في الحديث مرة أخرى.

فعلى المؤسسة الإعلامية أن تتحول عن خبر الشائعة إلى أخبار أخرى تثير الرأي العام وتستقطب اهتماماتهم، فحينما تروج أمريكا اتهام المجاهدين بأعمال تصفها بالإرهابية، فعلى الإعلام الجهادي أن يثير جرائم أمريكا في العراق وغيره وخاصة التي تثير اهتمام الرأي العام العالمي أو على الأقل العربي الإسلامي، كقتل الأطفال والنساء وتدمير المدن وتعذيب المعتقلين وتدنيس المقدسات من المصاحف والمساجد، وكذلك إثارة جرائم الأجهزة الأمنية العائدة للحكومة وخاصة الاعتداء على الأعراض، والتأكيد على فشل هذه الحكومات في توفير أبسط الخدمات، وكذلك شيوع الفساد الإداري حتى احتل العراق المركز الأول عالمياً في سلم الفساد الإداري، كما أتمنى أن تهتم المجاميع الجهادية بالأعمال التي تجد صدى وأثراً طيباً عند الناس، فالكسب الشعبي له دور فعال في حرب المدن والعصابات.

تعزيز الدور الإعلامي في المجتمع فينبغي لوسائل الإعلام أن يكون هدفها الأساسي هو الإعداد السليم ومساندة البيئة والأسرة والمدرسة والمجتمع ، في تكوين شخصيات الأفراد وإعدادهم وعدم خروجها على وسائل التربية المقصودة، والمبرمجة[1].

الجبهة الخارجية:

١- العمل الجاد والمتواصل على كسب صداقة المحايدين وتثبيت فكرة إننا لا شك منتصرون لأننا على الحق.

٢- تعزيز وتمكين الصداقة مع الشعوب الحليفة ومحاولة كسب المزيد منهم.

٣- تحريك الأزمات السياسية أو الدبلوماسية التي تؤثر على العدو أو حلفائه.

---

(١) مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، د. رشدي شحاتة أبو زيد ، القاهرة، ١٩٩٩م، ص٤٠٧ .

٤- الحضور المتزايد والمؤثر في الفعاليات السياسية والإعلامية والجماهيرية التي تقام في الخارج سواء ابتعدت أو اقتربت من قضيتنا التي نجاهد من أجلها ونقاوم في سبيلها، مع الحرص على عرض مواقفنا ورؤيتنا بما يتناسب وطبيعة الحضور وظروفه.

القسم الثاني : الجانب التطبيقي

الفصل الرابع : الإعلام المقاوم (إعلام المقاومة العراقية أنموذجاً).

الفصل الخامس: الممانعة الإعلامية - الإعلام العربي والإسلامي المستقل (قناة الجزيرة والفضائيات الإسلامية أنموذجاً).

الفصل السادس : السياسات الإعلامية الأمريكية المضادة بعد ٢٠٠٣ وسبل مواجهتها.

الفصل الرابع

الإعلام المقاوم (إعلام المقاومة العراقية أنموذجا)

في هذا الفصل نحاول أن نسقط أدوات الصناعة الإعلامية التي مرت بنا في الفصل الثالث على المقاومة العراقية ، وبيان مدى الإفادة منها ومناطق الضعف التي اعترت إعلام المقاومة العراقية وسبل تجاوزها.

المبحث الأول

المقاومة العراقية

تميزت المقاومة العراقية بخصائص منها:

الانطلاقة:

كانت انطلاقة المقاومة العراقية مبكرة، إذ انطلقت فعلياً مع الاحتلال، وكان الإعلان الرسمي عن الجماعات في الأشهر الأولى من الاحتلال (في أيار وتموز وأيلول وتشرين الثاني من عام ٢٠٠٣) وكان لهذا التبكير تأثيره في إرباك العدو ولكنه تسبب في قلة التخطيط والإعداد المسبق للمعركة القادمة ، علماً أن النظام السابق كان قد عسكر المجتمع العراقي ، وكانت له تجربة واسعة مع الحروب النظامية التي خاضها الجيش العراقي بصورة جزئية في الحروب العربية (١٩٤٨ و١٩٦٧ و١٩٧٣)، وبصورة شاملة في الحرب الإيرانية ١٩٨٠-١٩٨٨ وحرب ١٩٩٠-١٩٩١ وحرب ٢٠٠٣)، وكانت أقرب حركة تحرر في العراق ضد الاحتلال البريطاني هي ثورة العشرين ١٩٢٠م.

زمن المعركة وطرفاها :

جاء الغزو الأمريكي في ظل نظام القطب الواحد الذي تزعمته أمريكا ، مما

جعل هذه المقاومة لا تجد لها قوى عالمية تحد من الغرور الأمريكي وطغيانه ، كما أنها قامت في ظل العداء الدولي لما أسمته أمريكا (الإرهاب العالمي)، مستغلة أحداث ١١ أيلول في إسكات وإحراج قوى دولية أخرى ومنها دول دائمة العضوية في مجلس الأمن (كالصين وفرنسا وروسيا).

طبيعة الصراع :

إن طبيعة الصراع في العراق قامت على المصالح التي جاءت الولايات المتحدة الأمريكية لتحقيقها على أرض العراق، وتجلت في السيطرة على النفط العراقي وتأمين سلامة الكيان الصهيوني والنيل من المد الإسلامي المتنامي في العراق وعزله عن محيطه العربي ، فكانت خطة أمريكا لتحقيق ذلك بالحرب على العراق لتجزئة العراق وتفكيك الدولة العراقية وإضعافها بحل مؤسساتها العسكرية والأمنية والإعلامية ، وتدمير بنيتها التحتية ، وتذويب هويتها العربية الإسلامية بدفع المجتمع من خلال كياناته السياسية للتمسك بهويات تجزيئية تقسيمية مذهبية أو عرقية أو عشائرية على حساب الوحدة العراقية .

الدعم العربي والإسلامي:

لا خلاف أن قوى التحرر لانطلاقتها وتواصلها وديمومتها بحاجة إلى دعم خارجي (عسكري ولوجستي ومعنوي ومادي وسياسي وإعلامي) ، أما المقاومة العراقية فإنها عانت من شبه انعدام الدعم العربي والإسلامي الرسمي ، فلم تجد المقاومة الصادقة ما يؤازرها من قوى خارجية ، أو عمقاً يعينها ، بل عانت من التضييق السياسي والإعلامي فضلاً عن الضيق المادي من قبل محيطها الخارجي (فافتقرت إلى المعسكرات التدريبية والقواعد العسكرية والإمدادات بالسلاح والعتاد والمعونات المالية والحراك الدبلوماسي والنشاط الإعلامي)، على أننا نسجل مع غياب الدعم الخارجي وجود التدخل الخارجي أو التبعية لقوى خارجية ، وقد

أضر ذلك بالمقاومة الإسلامية العراقية لأنه يدعم جهات كان لها تأثير سيئ على شريحة من أبناء العراق وعلى فصائل المقاومة الإسلامية نفسها ، فتنظيم القاعدة في العراق أسس دولته لتنفذ أجندة خارجية، فأعطت مبرراً لتواصل الاحتلال وكسب الدعم العالمي المعبأ أصلاً لمحاربة "تنظيم القاعدة العالمي " وأضعفت الدعم الشعبي باستهدافها للشيعة والمناطق السنية وباستخدامها أساليب منفرة ، وأخيراً ضربها لفصائل المقاومة الإسلامية ، وبعض الجماعات على محدوديتها وضعت نفسها في أجندة حزب البعث الذي يرفض الشعب العراقي عودته لما ناله من ويلاته وظلمه وطغيانه وجبروته، كما أنها سعت لمصادرة إنجازات الفصائل الإسلامية ، وبعض القوى خضعت للتبعية الإيرانية التي تسعى مؤسساتها الدينية للانتقام من شريحة واسعة من أبناء العراق ممارسة كل صنوف الإقصاء والاضطهاد والعنف ، ولتصدير ثورتها الإيرانية ليس للعراق(الذي تسعى أصلاً لضمه أو على الأقل وسطه وجنوبه لدولتها) وإنما للمنطقة متخذة منه قنطرة للعبور ، وهذه عرقلت عمل المقاومة العراقية واستنزفت جهدها وقدراتها.

دوافع المقاومة ومنطلقاتها:

قد يكون هنالك سبب واحد لانطلاقة المقاومة العراقية وهو وجود قوات الاحتلال على أرض العراق، ولكن المنطلقات والدوافع لم تكن واحدة وإنما كانت متعددة وراء تشكيل فصائل المقاومة والمجاميع المسلحة ويمكن أن نحدد أبرز الدوافع للقتال في العراق بالآتي[1] :

---

(١) يذكر د. مثنى حارث الضاري ثلاثة تفسيرات معطاة لدوافع المقاومة وهي تفسير دفاعي تبريري، وتفسير حسب قانون الفعل ورد الفعل تجاه تجاوزات الاحتلال، وتفسير شرعي وهو الأقرب لديه (مجلة المستقبل العربي العدد٣٠٣ آيار ٢٠٠٤ ص٨١-٨٢) في حين يحصر د. سلمان الجميلي دوافع المقاومة باثنتين هما الدوافع الدينية والدوافع الوطنية، المصدر نفسه ٩٠-٩١)، ينظر كتابنا الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل على موقع وكالة حق الإخبارية.

دوافع وطنية: أساسها رفض وجود الأجنبي على أرض الوطن ومحاولة استرجاع سيادته وكرامته التي سلبت بسبب الاحتلال وغالباً ما يتبنى هذا الدافع التيارات الوطنية والقومية، وكذلك العشائر الأصيلة وبعض القوى الدينية، وقد أطلقت على نفسها القوى المناهضة للاحتلال أو الرافضة له، وبعض هذه القوى بمرور الوقت ترك المناهضة لاندراجه في العملية السياسية والمناصب الحكومية (ثم ناصب العداء للمقاومة)، ومنها من التزم المقاومة السلمية.

دوافع انتقامية: أساسها رد فعل لحقوق ضاعت ومناصب ذهبت، أو تجاوزات حصلت من قبل قوات الإحتلال على الحرمات والأعراض والكرامة، أو لإهمالها سياسياً أو لملاحقتها قانونياً، ويمكن أن يمثل للأول بالمقاومة البعثية، وللثانية ببعض المجاميع الصغيرة والتي يغلب عليها الطابع العائلي أو العشائري أو التجمع السكني، وأكثرها زال بمرور الوقت وذهاب العاطفة الانتقامية، وانضوى بقيتها تحت دوافع إسلامية، وأما الأساس الثالث في رد الفعل فمثاله التيار الصدري الذي انتفض عند الملاحقة القانونية لزعيمه في النجف، وقد شارك في العملية السياسية بعد مرحلة مجلس الحكم وما يزال هذا التيار يتشظى، ومن ثم وجه عداءه لأهل السنة في العراق.

دوافع إسلامية: وهو من أقوى الدوافع لمقاومة الاحتلال وذلك لأن أساسها التأصيل الشرعي لرد الاعتداء عن بلاد المسلمين والسعي لتحريرها من المحتلين وأعوانهم في إطار جهاد الدفع وقد صدرت فتاوى عدة بمشروعية الجهاد وكذلك للحماسة الدينية لدى شباب الصحوة الإسلامية مما جعلها تسارع لأداء هذه الفريضة، ويندرج تحت هذا الأساس المجاهدون من البلدان العربية والعالم الإسلامي، والمجاهدون الإسلاميون من أهل السنة في العراق بمختلف أطيافهم[1].

---

(١) ينظر مقال: (المشهد القادم للمقاومة العراقية) مجلة العصر ٠٧/ ٠٤/ ٢٠٠٦ بتصرف: وبالعودة إلى قوى المقاومة والمعرفية. استنادا إلى مواقعها على الانترنت، فإن الصبغة السلفية تبدو طاغية، ووجود ملامح لخطاب فكري يعتمد على لغة شرعية تقترب من مقولات المدرسة السلفية وأصولها الشرعية والمعرفية.

وانقسم الإسلاميون إلى فئتين:

إحداهما: تشددت في عملها وانحرفت عن مسار الجهاد وضوابطه ونال شرها المحتل ومن والاه وأبناء الشعب باختلاف طوائفه وحتى الفصائل المجاهدة والعشائر وأهالي المدن التي احتضنت المشروع الجهادي وانفردت بأجندتها التي لا تتلاءم وطبيعة المجتمع الذي تقاتل فيه.

والثانية: تمسكت بإسلامية الدافع والمنطلق ومقصدية تحرير الوطن لأن الاتصاف بالإسلامية لا ينفي بعدها الوطني كون الإسلام يصون الوطن ، وحرصت على حصر عملها داخل الساحة العراقية ، مع طرحها لبرنامج سياسي يقوم على تكاملية النص مع فهم الواقع .

-طبيعة المعركة القتالية:

إن طبيعة المعركة للمقاومة العراقية يمكن تحديد ملامحها بالآتي :

١-إن العقيدة القتالية التي انتهجتها جميع فصائل المقاومة تمثلت بحرب المدن (أو حرب العصابات) وهذا يستلزم دعماً شعبياً متواصلاً ومساهمة فاعلة من قبل أبناء المجتمع في احتضان المقاومة والمقاومين، يقابل ذلك مراعاة المقاومة للمجتمع الذي تعمل فيه والواقع الذي تسعى لتحريره والحفاظ عليه، كما أن حرب المدن أثر بشكل كبير على البناء الداخلي للفصائل إذ اعتمدت في الغالب على البناء الخيطي في هيكلها التنظيمي على حداثته وافتقارها إلى معسكرات تجمعها.

٢-تعدد الخصوم، أولها العدو الخارجي بقيادة أمريكا ومن تبعها من القوات التي جيشتها أمريكا في هذه الحرب ، ومن استغل الموقف كإيران ، وأيضا العدو الداخلي إذ وافق هذه القوات الشيعة والأكراد وبعض السنة مما عقد المشهد أمام المقاومة العراقية وأضفى صعوبة في الموازنة في مواجهة هذه القوى وإعطاء الأولوية في الاستهداف.

٣-خاضت فصائل المقاومة معارك جانبية فرضت عليها على الرغم من أنها حاولت جاهدة النأي بنفسها عنها، وأبرز هذه المعارك كانت مع الميليشيات وفرق الموت (التي تسترت بالأجهزة الأمنية الحكومية) وجيش المهدي ، وتنظيم القاعدة، والصحوات ، ومن أخطر نتائج هذه المعارك أنها جعلت المجاهدين ينتقلون من حرب العصابات إلى عقيدة قتالية مغايرة لطبيعة معركتها مثل المواجهات والاشتباكات المعلنة والتي أسفرت عن شخصياتهم سواء في القيادة أو الأفراد أو مخازن الأعتدة ومقرات العمل وهذا يتناف مع حرب العصابات.

٤-ظهرت المقاومة العراقية قوية ومؤثرة منذ انطلاقتها الأولى ، وبلغت عملياتها في أوجها ما يزيد على ١٥٠ عملية يومياً، تنوعت بين الكمائن والعبوات الناسفة وإطلاق الصواريخ وقذائف الهاون والقنص والسيارات المفخخة والعمليات الاستشهادية وإسقاط الطائرات .

٥-اشتركت فصائل المقاومة الجهادية إلى حد ما في كثير من المبادئ ومنها:الهوية الإسلامية وشرعية الجهاد وأهدافه المتمثلة بتحرير العراق من الاحتلال الأمريكي، وإقامة شرع الله تعالى في العراق وعده البعض ضرورياً الآن وآخرون حددوه هدفاً استراتيجياً وليس تكتيكياً مراعاة لطبيعة المجتمع العراقي.

على الرغم من أن الفصائل الجهادية في العراق لم تنطلق من عمل موحد فإنها جعلته أحد أهدافها وأصلاً من أصولها ،منذ انطلاقتها الأولى ، فقد أكدت جميع الجماعات الجهادية حرصها على احترام إحداها للأخرى وأن بعضها يكامل عمل الأخرى مع الرغبة في التوحد متى ما سنحت الظروف لذلك، جاء في منهجية الجيش الإسلامي في العراق: لا نميز أنفسنا عن باقي المسلمين بأمر أو خصوصية ويكون التفاضل بالتقوى والعمل الصالح وإخلاص النية وتجريدها لله، وكذلك السعي لتوحيد الجماعات الجهادية تحت راية واحدة وتضييق الخلافات بين الأمة عموماً وفصائل المجاهدين خصوصاً تأليفاً للقلوب ومنعاً لأي فرصةٍ يغتنمها

العدو لاختراق الصف وتفريقه، وأما جيش المجاهدين فقد أكد على أنهم: يد مع الأيادي البيضاء ولسنا اليد الوحيدة وسيف مع السيوف الحقة ولسنا السيف الوحيد ولا ندعي العصمة، وهذا ما أكدته حركة المقاومة الإسلامية بقولها : لا ندعي أننا الجهة الوحيدة التي تقاتل؛ ولكننا نطالب من ينتسب إلينا بالسمع والطاعة في المنشط والمكره لقيادته، ومع تعددية الفصائل إلا أن المرحلة الأولى تخللتها عمليات ميدانية مشتركة وبيانات سياسية مشتركة ، بعد ذلك جاءت مرحلة التكتلات التنسيقية التوافقية وتمثلت بإعلان جبهات من قبل بعض الفصائل المسلحة ذات المرجعية المشتركة أو المتقاربة ، بلغت ذروتها بقيام تكتلات سياسية تضم أبرز الفصائل.

الجانب السياسي للمقاومة:

في البدء لابد أن نقف عند رؤية شاملة للوضع السياسي في العراق فمن المؤكد أنه ليس هنالك مشروع سياسي لأي كيان معلن في العراق اليوم يستطيع أن يخرج العراق مما يعانيه، ولذلك نجد الفشل يلاحق جميع المشاريع السياسية بإقرار أهلها أنفسهم وما يتم إنجازه سياسياً فبسبب ضغط الإدارة الأمريكية التي فشلت هي بدورها في تنفيذ مشروعها السياسي ليس في العراق فحسب وإنما في المنطقة، أو بضغط إيران، كما لا توجد محددات لمفهوم المشروع السياسي، وأغلب ما يطرح هي مشاريع مصلحية مبنية على تحقيق المكاسب الشخصية أو الفئوية الحزبية، فضلاً عن افتقار المشاركين في العملية السياسية إلى النضج السياسي والقدرة على بناء منظومة دولة ترعى مصالح الشعب وتحظى برضاه، وهذا ما دفعهم إلى تبني سياسة القوة والتصفية أو الإغراءات في فرض أجنداتهم.

وإذا عدنا إلى ما يتعلق بالمشروع السياسي للمقاومة العراقية طوال سنوات الاحتلال نجد الآتي:

-أبرز الفصائل جمعت منذ بدايتها بين الجانبين القتالي والسياسي، فحركة

المقاومة الإسلامية لها مكتب سياسي وذراع عسكري هو كتائب ثورة العشرين حتى بعد الانقسام حافظت كلتاهما على الجمع، والجيش الإسلامي له مكتب سياسي ومكتب عسكري وهيئات أخرى، والجبهة الإسلامية للمقاومة العراقية (جامع) لها مكتب سياسي وذراع عسكري هو كتائب صلاح الدين.

-بعض الفصائل عرضت مع منهجها الشرعي برنامجها أو مشروعها السياسي مثل حركة المقاومة الإسلامية والجيش الإسلامي وقد توسعت في تفصيل برنامجها السياسي، وبعضها لم تتوسع في برنامجها السياسي وتركت عرض مواقفها ورؤيتها السياسية لبياناتها السياسية التي تصدرها بين الحين والحين الآخر.

-اتخاذ بعض الفصائل ناطقين رسميين وهذه خطوة متقدمة في العمل السياسي، وتبقى هؤلاء الناطقون عرض البرنامج السياسي والمواقف السياسية تجاه الأحداث.

-حددت الفصائل منذ انطلاقتها مواقف ذات بعد سياسي من القضايا التي برزت على الساحة العراقية وحتى العربية سواء في منهجيتها أو في البيانات التي صدرت عنها ومن أبرز هذه القضايا.

العملية السياسية: وهي مرفوضة من قبل الفصائل الجهادية وإن تفاوتت نسبة الرفض ومدة زواله، وتأثره بالأوضاع التي يعيشها العراقيون وخاصة أهل السنة، وتبعاً لذلك تم التأكيد على عدم شرعية الحكومات المنبثقة عنها، لأنها تشكلت في ظل الاحتلال وعلى عينه، ورفض الدستور ، وأخيراً الاتفاقية الأمنية .

التكفير وحرمة الدماء : وهي من المسائل التي أولتها المجاميع الجهادية اهتماماً متزايداً وأكثرها لم يكتف بذكرها في المنهجية وإنما تعدى ذلك إلى البيانات السياسية المتعددة.

جاء في منهجية أنصار الإسلام:وأحكام الدنيا في التكفير مبنية على الظاهر والله يتولى السرائر. وليس من منهجنا التعجل بالتكفير أو التعجل في ترتب آثاره دون تثبت أو بينة، ومن أتى بمكفر نكفره بعينه إذا تحققت فيه الشروط وانتفت

الموانع، ولا نكفر بالمآل أو بلازم القول،ونعمل على ألا يكون جهادنا منفراً للناس دافعاً لسقوطهم في شراك العدو، وأما حركة المقاومة الإسلامية فقد أكدت: أن الأصل في جهادنا أن لا يقع أي ضرر على المدنيين، وفصل الجيش الإسلامي في العراق قواعده في ذلك قائلاً: وإن مجتمعاتنا التي يحكمها الكفر مجتمعات إسلامية وإن تفشت فيها الجاهلية من المعاصي والآثام بمعنى أن الأصل في مجتمعاتنا الإسلام، ويراعى: تغليب صفة الرحمة بعوام المسلمين وجهالهم على الغلظة، وكسب ثقتهم، والتمييز بين من يتولى العدو وبين من يواليه موالاة غير مكفرة، وحرمة أموال المسلمين وعدم التعرض لها، وكذلك عدم التعرض لأموال الكفار غير المحاربين، وحرمة دماء المسلمين والتحرز والتورع الشديد بشأن إراقتها فلا تراق إلا بحق، وحفظ بيضة المسلمين، والابتعاد عن التهور وزج المجاهدين في مهلكة تستأصل شأفتهم، وتضييق دائرة الصراع مع العدو بدءاً بالأهم فالمهم فالذي يليه، وتحييد ما يمكن تحييده من الأعداء، والابتعاد عن كل ما يسيء إلى سمعة المجاهدين وإن كان مشروعاً إذا ترتب عليه مفسدة راجحة ومراعاة مدارك الناس.

-الاقتراب من الاندماج السياسي، فعلى الرغم من أن الفصائل المسلحة في العراق لم تنطلق من عمل موحد فإنها جعلته أحد أهدافها، وأصلاً من أصولها، منذ انطلاقتها الأولى، ومع التعددية إلا أن المرحلة الأولى تخللتها عمليات ميدانية وبيانات سياسية مشتركة إذ تم تشكيل مجلس تنسيقي بين الجيش الإسلامي وجيش المجاهدين وحركة المقاومة الإسلامية وجامع في عام ٢٠٠٥، وفي ٢٦ – ٥ – ٢٠٠٦م أصدرت خمسة فصائل بياناً سياسياً تعلن رفضها للحكومة وتمسكها بخيار المقاومة، ثم جاءت مرحلة التكتلات التنسيقية التوافقية وتمثلت بإعلان جبهات من قبل بعض الفصائل المسلحة ذات المرجعية المشتركة أو المتقاربة، فكان مجلس شورى المجاهدين، وجبهة الجهاد والإصلاح وجبهة جامع وحماس وجبهة الجهاد والتغيير وجبهة الجهاد والتحرير، وهذه الخطوة كانت

تنسيقية وليست خطوة وحدوية باستثناء تنظيم الدولة الإسلامية الذي انبثق عن مجلس الشورى.

وأما المرحلة الثالثة فكانت بقيام تكتلات سياسية، وأبرزها المجلس السياسي للمقاومة العراقية وجبهة المقاومة الوطنية والقومية والإسلامية، الجبهة الموحدة لفصائل التخويل، وفي هذه الخطوة والتي قبلها تم عرض برنامج سياسي شامل ومتكامل لهذه الكيانات، فقد عرض المجلس السياسي للمقاومة العراقية برنامجه لتحرير العراق في الفقرات آلاتية:

١- احتلال العراق ظلم وعدوان، مرفوض شرعاً وقانوناً وعرفاً، ومقاومة الاحتلال حق تكفله كل الشرائع والقوانين.

٢- المقاومة المسلحة تشاركها القوى والهيئات والشخصيات الرافضة للاحتلال ومشاريعه ، هي الممثل الشرعي للعراق ، وهي من يحمل مسؤولية قيادة شعبه لتحقيق آماله المشروعة.

٣- تحرير العراق من الاحتلال والنفوذ الأجنبيين وتحقيق استقلاله الكامل، وإلزام المحتلين تعويض الشعب العراقي عن كل ما لحق به من ضرر مادي أو معنوي جراء الاحتلال وآثاره.

٤- أعمال المجاهدين العسكرية تستهدف المحتلين وعملاءهم ولا تستهدف الأبرياء والمستضعفين الذين يعمل المجاهدون على نصرتهم ودفع الظلم عنهم وتهيئة الحياة الكريمة لهم.

٥- رفض أي تغيير في التركيبة السكانية للشعب العراقي، وفي التوزيع المناطقي لفئات الشعب ، وفي الحدود الإدارية للمحافظات، والعمل على دحر المشروع الطائفي - العرقي التقسيمي ، والحفاظ على وحدة العراق أرضاً وشعباً.. أما المسألة الكردية فلها خصوصية ينظر فيها بعد التحرير.

٦- إعادة المهجرين إلى مناطق سكناهم وتعويضهم عما لحق بهم من أضرار مادية

ومعنوية وتأمين الحماية اللازمة لهم.

٧- لا شرعية لأي دستور أو نظام حكم أو قانون أبرم في ظل الاحتلال.

٨- إلغاء القرارات والأحكام الجائرة وإطلاق سراح جميع الأسرى والمعتقلين وتعويضهم.

٩- عدم الاعتراف بأية معاهدة أو إتفاق أبرم خلال فترة الاحتلال ، يتناقض مع حقوق العراق وسيادته.

١٠- تشكيل حكومة من المهنيين ، تدير شؤون البلاد خلال مرحلة انتقالية ، وليس من حق هذه الحكومة أن تبرم أي عقد يتعلق بمصير العراق وسيادته وثرواته.

١١- العمل على إعادة بناء دولة العراق على أساس عادل ، على أن يكون العراق لكل العراقيين ، وإن إقامة الحق والعدل من أهم أهدافنا ، ولا نرضى لأي طرف كان استغلال المنصب أو الموقع أو السلطة لتحقيق مصالح عرقية أو طائفية أو فئوية على حساب الحق والعدل الذي أمر الله به والذي يضمن خلاص العراق واستقراره.

١٢- العراق جزء لا يتجزأ من الأمتين الإسلامية والعربية ، والعمل على ترسيخ هوية العراق كدولة إسلامية عربية من أهم أولوياتنا.

١٣- صيانة ثروات العراق ، خاصة الثروتين النفطية والمائية ، وهي ملك لكل العراقيين.

١٤- دعوة العرب والمسلمين وشعوب العالم والمجتمع الدولي للقيام بواجبهم تجاه الشعب العراقي لبلوغ غاياته المشروعة ، وإقامة علاقات حسنة مع دول العالم مبينة على المصالح المشتركة ، والتعامل مع الهيئات الدولية وفق ما يخدم المصالح المعتبرة للعراق وشعبه.

انجازات المقاومة العراقية:

لا بد أن نقرر أولا : إن الفصائل الجهادية تفتقر إلى وسائل إعلام جماهيري ، ومع ذلك استطاعت أن تسجل حضوراً جماهيرياً وعملت على إيصال رسالتها وما حققته من إنجازات إلى حد ما ، ليس إلى الرأي العام المحلي وإنما إلى الرأي العام العالمي ، واستطاعت هذه الفصائل أن تفرض نفسها على الساحة العراقية (عسكرياً وسياسياً وإعلامياً وشعبياً) والأدلة على ذلك:

- إن أول إنجازات المقاومة وأعظمها هو تواصلها واستمرارها طوال السنوات التسع على الرغم من التحديات التي واجهتها، والمخاطر التي أحاطت بها وقلة الدعم المقدم لها، تعرضت القوات الأمريكية خلالها كما تشير بعض الدراسات إلى ١٦٤٠٠٠ عملية لغاية آب ٢٠٠٨ ، وأما ما بعد ذلك فقد اعترف قائد القوات الأمريكية آنذاك بترايوس بأن قواته في العراق تتعرض إلى معدل ٢٠ هجوماً يومياً، أي نحو من ١٤٦٠٠ عملية لغاية آب ٢٠١٠ ، و١٠٠٠٠ لغاية كانون الأول ٢٠١١ فتكون القوات الأمريكية في العراق قد تعرضت إلى ١٨٨٦٠٠ عملية عسكرية .

- إلحاق الهزيمة بالقوات الأمريكية مما دفعها إلى الانسحاب من العراق نهاية عام ٢٠١١، وبعد الخسائر الكبيرة التي تكبدتها القوات المحتلة، وإذا كانت بعض المصادر المختصة أو المتابعة (ومنها جمعية المحاربين الأمريكيين القدامى) تشير إلى أن عدد قتلى قوات الاحتلال تجاوز ٤٠ ألف قتيل وتسعة أضعاف هذا العدد من الجرحى و٥٠٠٠ حالة انتحار و٨٠٪ من الجنود يعانون أمراضاً نفسية أدناها الكآبة، فإنه وفي دراسة استقصائية تؤكد أنه بحلول تشرين الأول ٢٠٠٧ ، كان نشر ٥٦٤،٧٦٩ من أصل ١،٦٤١،٨٩٤عسكري مرتين أو أكثر للقتال في حربي العراق وأفغانستان، وخرج ٧٥٠،٠٠٠جندي من الحرب بين جريح ومعوق وقتيل ومسرح من الخدمة لأسباب صحية ونفسية، وإذا أضفنا إلى هذه الأرقام إحصائيات الأعوام ٢٠٠٨ و ٢٠٠٩ و٢٠١٠ و٢٠١١ ، فإن عدد القوات المشاركة في هاتين الحربين

تجاوزت مليوني مقاتل ، ونتائجها البشرية أكثر من مليون بين قتيل ومصاب (وقد توقع جوزيف ستيلغتز في دراسته حرب ٣ تريليونات أن يصل عدد الجنود المشاركين إلى مليونين و١٠٠ ألف جندي ، وعدد المعاقين إلى ٨٥٠ ألف معاق ومصاب في حين تتوقع مصلحة شؤون الجنود المسرحين تسلم مليون و٦٠٠ ألف دعوى جراء هذه الحرب) ، وإذا كان مقرراً لدى الطبابة العسكرية أن نسبة الإصابات في الحروب ٣/١ أي كل قتيل يقابله ٣ جرحى فان إحصائيات حديثة اعتمدها جوزيف ستيلغتز تشير إلى أن الإصابات في العراق وأفغانستان كانت نسبة القتلى ٧/١ جريح في العمليات القتالية ومع ما تسميهم القتل والإصابة خارج العمليات بحوادث غير قتالية يصل إلى نسبة القتلى ١٥/١ جريح وهم ممن أصيبوا بجروح وأضرار بدنية وذهنية وأمراض في العراق وأفغانستان إثر تحطم المركبات والطائرات وغيرها من الإصابات، وتشير التقارير نفسها إلى أن ٩٠٪ من القتلى والإصابات حدثت في العراق.

ومما سبق يمكن أن نصل إلى رقم تقريبي للخسائر البشرية للقوات الأمريكية في العراق ، فإن مليون إصابة مع نسبة ١٥/١ يكون عدد القتلى ٦٦،٦٦٦ ، وإذا أخذنا نسبة ٩٠٪ من الإصابات في العراق فتكون خسائر القوات الأمريكية في العراق ٦٠ ألف قتيل ، علماً أن المصادر المناهضة للاحتلال الأمريكي في أفغانستان تشير إلى أن عدد قتلى قوات الاحتلال في أفغانستان نحو ٢٠٠٠ قتيل ، أدركنا شدة الجحيم الذي وقعت فيه أمريكا بالعراق.

- استنزفت الحرب الولايات المتحدة اقتصادياً إذ يقدر خبير الاقتصاد الأمريكي جوزيف ستيلغتز تكلفة الحرب على العراق ستصل إلى ما يقرب من ٣ تريليونات دولار على عاتق الولايات المتحدة وحدها ، وربما يتضاعف هذا الرقم مرتين إذا ما حسبت معها الكلفة التي سيتكبدها بقية العالم وبلغت المديونية التي تعاني منها الميزانية الفدرالية ١٠ترليون دولار حتى نهاية عام ٢٠٠٧ ، مع ضرورة تسديد الفوائد المترتبة عليها ، ناهيك عن الفوائد عن القروض

المستقبلية التي يستوجب دفعها. وقد تضاعفت أسعار البترول ثلاث مرات مما يرفع مقدار العجز بمقدار ١٢ بليون دولار بالسنة الواحدة.

- المأزق الذي عانت منه القوات الأمريكية في العراق بل الإدارة الأمريكية ليس على المستوى العسكري وإنما على كافة المستويات السياسية والمالية والأخلاقية أيضاً. لا سيما وأنها عولت على هذه المعركة كثيراً، يقول هنري كيسنجر : إن خسارة أمريكا في العراق معناها خسارة الغرب كله لكل ما حققه في الخمسة قرون الأخيرة ، وقريب من هذا صرح بها توني بلير، ويقول رئيس هيئة الأركان الأمريكية المشتركة : إن انتصار أمريكا على المقاومة العراقية يساوي أو يزيد في أهميته عن الانتصار في الحرب العالمية.

ويقول أحد الباحثين : أسقطت المقاومة (العراقية) هيبة أمريكا واستنزفت قوتها العسكرية وأنهت حلمها الإمبراطوري . ويصف جيفري وايت المحلل السابق في وكالة الاستخبارات الدفاع وفي مركز واشنطن لسياسة الشرق الأدنى : نستطيع أن نسيطر على الأرض التي نقف عليها وعندما نغادر تسقط .

وأما التصريحات فقد أكد الجنرال "جيان جينتل" الذي قاد قوات الاحتلال الأميركية في العراق في مقال نشرته صحيفة "إنترناشيونال هيرالد تريبيون "إذا كان التاريخ دليلاً مرشداً، فإن النصر ليس قريباً وفكرة "زيادة" القوات كانت عملاً عسكرياً عظيماً وحاسماً إلى حد ما، وهو ما مهد السبيل لمصالحة سياسية ، هي من قبيل الوهم والسراب"، وهذا ما أكده مسؤول في الإدارة الأمريكية بعد يوم من بدء الانسحاب ، تمهيداً لخطاب الرئيس أوباما .

أما السيناتور الأمريكي تشاك هاجيل فقد قال في كتابه: " أمريكا.. فصلنا القادم":إن حرب العراق ستظل واحدة من أكبر خمس حماقات في التاريخ البشري. في حين صرح السّيناتور الديمقراطي جاك ريد : إن الولايات المتحدة في حاجة ماسة إلى اعتبار خيار الخروج (الهروب) من العراق لا رجعة فيه.

وجاء في تقرير أعده المعهد القومي للدراسات الاستراتيجية في كلية الدفاع الوطني الأمريكية، إن الحرب في العراق كلفت الولايات المتحدة خسائر باهظة في الأرواح والأموال والسياسات أيضاً.

- إقرار قادة البيت الأبيض بارتكابهم آلاف الأخطاء في العراق كما جاء على لسان وزيرة الخارجية السابقة كونداليزا رايز ، وأكد ذلك مركز التقدم الأمريكي بنشر تقرير في ٢٠٠٧/٢/٦ بعنوان فرص ضائعة : إنفاق بوش الدفاعي في غير محله ، جاء فيه : إن الحرب على العراق أسست خطأ استراتيجياً بتريليون دولار دون أفق واضح لإنهاء الوضع . ويفصل الأدميرال فالون "أكبر قائد عسكري أمريكي في منطقة الشرق الأوسط " بسرد أبرز الأخطاء التي ارتكبتها الإدارة الأمريكية بقوله : إن بلاده أخطأت في تقدير حجم قدرات القوات العراقية والمقاتلين العراقيين ، وأخطأت في حساباتها بشأن قدرة القوات العراقية على تولي مهمة الأمن في العراق ، وأخطأت في الوقت نفسه في صمود الأعداء (ويقصد المقاومة العراقية) ، وفي دراسة بعنوان ٤٠٠ يوم ومن ثم الانسحاب : استراتيجية الخروج من المأزق العراقي ، وفي أثناء الحديث عن مشروع البدائل الدفاعية : إن اندفاع الإدارة إلى إعادة اختراق العراق قاد إلى سلسلة من السياسات الخاطئة وإلى تخبط عمل على تغذية المقاومة وتزويد الثوار كملاذ أخير بقاعدة من عدم الرضا الشعبي.

-الإقرار بأن أي مشروع سياسي أو وطني لا يكتب له النجاح إلا بموافقة أو حضور المقاومة فيه كما أقر ذلك المنسقون للمؤتمر الثاني للوفاق الوطني وكذلك لجان مشروع المصالحة الوطنية.

-عد الكثيرون أن المجاميع المسلحة نضجت في العمل العسكري والقوة السياسية لها وتقدمت في عملها الإعلامي، يقول أحد خبراء الإعلام: برهنت المقاومة الفلسطينية والعراقية على أن الشعوب عندما تقهر خوفها، ينفتح الطريق

أمامها لتحقيق الانتصارات، وإن الإحتلال قد يستمر لسنوات طويلة لكنه لا بد أن يرحل مهزوماً.

- وأما الإنجاز العظيم الذي تعدى الحدود القطرية ليعم العالم العربي والإسلامي أنها أحيت شباب الأمة بثقافة التغيير والإصلاح فقد أصبحت المقاومة عموماً والعراقية خصوصاً تمثل أملاً للشعوب الإسلامية في رفض الهيمنة التي تسعى إلى تغييب دور الإسلام في البناء الحضاري، كما أنها تمثل منطلقاً إلى التغيير ولذا لا بد لهذه المقاومة كما يقول أحد الباحثين: أن تقدم بديلاً للواقع الراهن ومشروعاً شاملاً للتغيير (وهذا ما حدث فعلاً في ثورات الربيع العربي)، يقول أحد الباحثين : إن هزيمة الاحتلال وإخراجه ليس تحريراً للعراق فقط ، وإنما زحزحة للاستعمار الجاثم على صدر الأمة منذ قرون ، وتحرير العالم الإسلامي من صور عديدة من الاحتلال الذي بدأ منذ الكشوف الجغرافية والحملات العسكرية وحتى الآن[1] ؛ ويرى باحث آخر: أن النموذجين العراقي والفلسطيني للمقاومة أهم أهم إبداعات الأمة العربية في أوائل القرن الحادي والعشرين وأهم إسهاماتها في الحضارة الإنسانية حيث يمكن أن يؤدي هذا الإسهام إلى تحرير البشرية جميعاً من الطاغوت الأمريكي[2] .

---

(١) التقرير الاستراتيجي السنوي الرابع لمجلة البيان (سنة ١٤٢٨)، ص ١١٤ .

(٢) إستراتيجية المقاومة الشاملة ص ١٧٣ .

المبحث الثاني

الإنجازات الإعلامية للمقاومة العراقية

قبل أن نتكلم عن انجازات إعلام المقاومة العراقية ومدى نجاحه في إيصال رسالته وتحقيق أهدافه، علينا أولاً أن نقرر بعض المسائل منها :

- محدودية وسائل إعلام المقاومة الجهادية، وانعدام امتلاكها للوسائل الجماهيرية. - إن تغيير قناعات الرأي العام ليست بالمهمة السهلة.

- هنالك حصار إعلامي شديد فرضته السياسة الأمريكية والأنظمة المنقادة لها على المقاومة.

- افتقار فصائل المقاومة الجهادية إلى لغة خطاب موجهة إلى الغرب .

- استطاعت فصائل المقاومة اغتنام هامش الحرية الذي أعطته بعض القنوات الفضائية غير الرسمية لفصائل المقاومة فكان له دور في الدعاية لمشروعها والتأثير على الرأي العام العالمي.

- يمكن أن نشخص نجاحات محدودة ولكنها مهمة لإعلام المقاومة العراقية من خلال أنماط الاتصال المعلومة لدى علماء الاتصال ومنظريه.

أولاً: الانجازات الإعلامية من خلال عناصر الإعلام وأركانه:

لقد كانت المقاومة العراقية فطنة إلى إدراك مقومات الإعلام ومن ثم تنشيطها فكانت إنجازاتها متمثلة في العناصر الآتية:

العنصر الأول: الرسالة الإعلامية:

وهي المادة المرسلة من خلال إحدى وسائل الإعلام، وهي المحتوى المعرفي والفكري الذي يريد المرسل نقله إلى المتلقي، وإنها الهدف الذي يراد تحقيقه من عملية الاتصال، وقلنا آنفاً: إن الرسالة تقوم على فهم الواقع وتحديد الأهداف

والمبادئ التي تتبناها، ولذا فعلى أية مجموعة وهي تصوغ رسالتها أن لا تكتفي بمنهجيتها وإنما عليها أن تتفهم الواقع فهماً موضوعياً، وأن تعرف الساحة التي تعمل فيها حتى لا تكون غريبة عن الواقع الذي تعمل فيه أو تريد تغييره، ويكون مستند هذا الفهم الوقوف على أكبر قدر من المعلومات والإحصائيات ومن معايشة الناس وتحسس مشاكلهم وهمومهم ومراعاة قابلياتهم وطاقاتهم، وعند ذلك يأتي تحديد الأهداف وصياغة المبادئ الضرورية لأداء الرسالة الإعلامية.

إن الرسالة الإعلامية لأية مؤسسة تكون بمسلكين ؛ محتوى المنهجية العامة،ومحتوى الرسائل الإعلامية المباشرة.

المسلك الأول: المنهجية العامة:

صياغة المنهجية العامة لأية مجموعة أمر لازم في كل المؤسسات سواء أكانت سياسية أم حكومية أم مؤسسة مجتمع مدني، فهذه التنظيمات لا تنطلق في عملها حتى يكون لها نظام داخلي أو دستور ومنهاج أو تقرير أساسي يمثل السياسة العليا لهذه التنظيمات، وعادة يصاغ على شكل مواد توزع على حقول وتعتمدها المؤسسات الإعلامية العائدة إليها.

وقد يحاول خصوم المقاومة العراقية أن ينالوا منها وإسقاطها في أعين المؤيدين لها، في الداخل والخارج أو إيغال صدور المخالفين للمشروع الجهادي من خلال ترديد عبارة "ليس لهذه المقاومة برنامج سياسي " وهؤلاء المنتقدون منهم من ليسوا بساسة، أو لا يعرفون ماهية البرامج السياسية، ومنهم من ليس بمتابع، أو أنهم ينفذون سياسة التضليل التي تنتهجها الإدارة الأمريكية في العراق.

الرسالة الإعلامية للمقاومة العراقية تمثلت من خلال إعلان فصائلها عن منهجيتها، والتي تتضمن المبادئ التي تؤمن بها، وتوضح مقاصدها ورؤيتها للقضايا المتعلقة بها وبالأمة الإسلامية سواء أكانت على الساحة العراقية أو

العربية أو الإسلامية أو الدولية وإن رسالتها الإعلامية تنبع من منطلقات الأمة الحضارية ويجب أن تراعي عقيدتها وقيمها وخصائص شخصيتها وتخدم قضاياها وتدافع عنها وتنشر أهدافها وتتابع أخبارها.

وقد بثتها عبر وسائلها الإعلامية وبخاصة مواقعها الرسمية، وكان لها الأثر الطيب مما أكسب المجاهدين المزيد من المؤيدين وأخرست المتقولين عليهم، هذا وقد حظيت بالقراءة والتحليل من المحللين السياسيين والإعلاميين وكذلك اعتمدت في بعض الدراسات التي تناولت الحدث العراقي.

قراءة في منهجية الفصائل:

إن قراءة متأنية لأهم المناهج والبرامج التي عرضتها المجاميع الجهادية نجدها اشتركت إلى حد ما في كثير من المبادئ ومنها[1]:

١-**الهوية الإسلامية**: أكدت جميع المجاميع الجهادية على هويتها الإسلامية وأكثر هذه المجاميع توسعت في تفصيل ثوابتها العقدية ومنهجها بما يبين الطيف الذي تنتمي إليه، كما أن أسماءها جميعاً كانت إسلامية وقد تكون الدوافع لهذا التأكيد هو دفع شبهة البعثية عنها وإثبات المنطلق الشرعي لقيامها وقتالها.

٢-**شرعية الجهاد** : التأكيد على شرعية الجهاد في العراق وذكر التأصيل الشرعي له وأنه سبب قيامها، وأن القتال في العراق هو جهاد دفع، أي: فرض عين على أهل العراق وهذا رد على من أنكر شرعية الجهاد في العراق وهم قلة من المسلمين.

٣-**أهداف الجهاد** : هنالك هدف مشترك حددته جميع المجاميع الجهادية هو تحرير العراق من الاحتلال الأمريكي، وهنالك هدف آخر صرحت به بعض المجاميع وهو إقامة شرع الله تعالى في العراق، وعده البعض ضرورياً الآن، وآخرون

(١) يلاحظ أن الجهة التي وضعت المنهجية للجماعات تختلف من جماعة إلى أخرى فبعضها دونتها إمارة الجماعة وبعضها الهيئة الشرعية وبعضها الهيئة الإعلامية.

جددوه هدفاً استراتيجياً وليس تكتيكياً مراعاة لطبيعة المجتمع العراقي، كما حرصت أكثر المجاميع باستثناء تنظيم القاعدة على حصر نشاطها الجهادي في العراق، وهذا الحرص تجلى في الأسماء التي اتخذتها فالتنظيم قيده في بلاد الرافدين (وإنَ لم يلتزم ذلك) والجيش الإسلامي في العراق وجيش أنصار السنة إشارة إلى هذه الطائفة من أهل العراق وحركة المقاومة الإسلامية -الوطنية- (كتائب ثورة العشرين) والتي تشير إلى الارتباط بمرحلة تاريخية جهادية مهمة من تأريخ العراق والجبهة الإسلامية للمقاومة العراقية وهكذا.

٤-**الموقف من الجماعات الأخرى:** أكدت جميع الجماعات الجهادية حرصها على احترام إحداها للأخرى وأن بعضها يكامل عمل الأخرى مع الرغبة في التوحد متى ما سنحت الظروف لذلك .

٥-**البرنامج السياسي:** بعض المجاميع لم تتوسع في برنامجها السياسي في منهجيتها وتركت ذلك لبياناتها السياسية التي تصدرها بين الحين والآخر، في حين توسعت بعض المجاميع في تفصيل برنامجها السياسي كحركة المقاومة الإسلامية، والجيش الإسلامي في العراق.

قضايا ومواقف:

صاحب العملَ الجهادي كثيرٌ من القضايا التي فرضت على المجاميع الجهادية أن تحدد موقفها منها سواء في منهجيتها أو في البيانات التي صدرت عنها ومن أبرز هذه القضايا.

العملية السياسية: فهي مرفوضة من قبل المجاميع الجهادية وإن تفاوتت نسبة الرفض ومدة زواله، وتأثره بالأوضاع التي يعيشها العراقيون وخاصة أهل السنة، وتبعاً لذلك تم التأكيد على عدم شرعية الحكومات المنبثقة عنها، لأنها تشكلت في ظل الاحتلال وعلى عينه .

الأجهزة العسكرية والأمنية: ترى بعض الفصائل أن استهداف هذه الأجهزة منوط بصفات منها: إعانة المحتلين، انتماء سياسي أو عسكري لتنظيمات المليشيات، مباشرة القتال أو مباشرة العدوان، فاتصاف الفرد أو الجماعات بواحدة من هذه المذكورات أو جميعها يعطينا الشرع الإذن بقتاله ومحاربته بل وقتله وذلك مدة اتصافه بذلك إلا أن يعلن توبته حقيقة؛ ويستثني بعضهم من هذا الحكم من دخل بقصد النكاية بهم، ومن دخل وله مانع من موانع التكفير المعتبرة، ومن دخل في صفهم بقصد حماية المسلمين، وترى بعض المجاميع عدم استهداف هذه الأجهزة أصلاً، كما أن تنظيم القاعدة يرى استهدافها من غير تفصيل.

التكفير وحرمة الدماء:

وهي من المسائل التي أولتها المجاميع الجهادية اهتماماً متزايداً وأكثرها لم يكتف بذكرها في المنهجية وإنما تعدى ذلك إلى البيانات السياسية المتعددة.

فقد أكدت الفصائل على أنها تعمل على تأليف قلوب الأمة وجمع كلمتها، وتحصر صراعها مع المحتلين وأعوانهم، ولا تتعرض لأموال المسلمين بحجة أنها مباحة، ولا على نسائهم بحجة أنهن سبايا، وتعمل على ألا يكون جهادها منفراً للناس دافعاً لسقوطهم في شراك العدو، و تحرض الأمة للجهاد في سبيل الله تعالى، وفصلت بعضها الحكم بأن مجتمعاتنا التي يحكمها الكفر مجتمعات إسلامية وإن تفشت فيها الجاهلية من المعاصي والآثام بمعنى أن الأصل في مجتمعاتنا الإسلام، بخلاف المجتمعات التي غلب على أهلها الوقوع في ناقض من نوا قض الإسلام فلا يحكم لها بالإسلام، في حين أفرط بعضها فحكم على كفر وردة كل من تعاون مع المحتل من حرس وجيش وشرطة، ومن دخل العملية السياسية.

ملاحظات حول المنهجية:

أما الملاحظات التي أود عرضها أمام المجاميع الجهادية خاصة التي صاغت برامجها ومنهجياتها على عجالة لأسباب معروفة ومقبولة أو المجاميع التي لم تدون

منهجيتها بعد فهي:

-اشتراط التطابق التام في جزئيات العقيدة والمنهج يضيق دائرة التأييد والتجنيد، والدخول في تفاصيل فقهية والحديث في الراجح والمرجوح ليس مكانه منهج جماعة جهادية يمر جهادها بأصعب ظرف شهدتها حرب في التأريخ الحديث أو المعاصر، فالتفاصيل العقدية والفقهية يمكن إحالتها إلى دراسات وبحوث تصدر عن الجماعة.

-كما نرى من الضرورة أن تنسق المجاميع الجهادية خاصة ذات المرجعية المشتركة أو المتقاربة ، عملها وبرامجها السياسية سعياً إلى التوحد .

-في وضع مثل الوضع العراقي الذي تتجمع فيه قوى الكفر والشرك والشر والخيانة، لتقتل المسلمين، وتفتح جبهات جديدة كل يوم أمام المجاهدين لاستنزاف قواهم، وزرع الشقاق بينهم وبين القوى السياسية ذات المرجعية المشتركة حتى التي دخلت العملية السياسية على أنها ممثلة لأهل السنة، ثم فشلت في إدارة الأزمات، وفشلت في تحقيق المكاسب، وخرجت من العملية السياسية بالخسران المبين لقضاياها، فأعداد الضحايا من أهل السنة في تزايد، وظهور المليشيات علناً للقتل ومهاجمة الأحياء السنية، وتواصل التهميش والاستضعاف لأهل السنة في الكثير من مؤسسات الدولة، والانتهاكات المتواصلة لحصانة المشاركين في العملية السياسية، في وضع شائك كهذا، فإن الحديث عن برامج سياسية للمجاميع الجهادية ينبغي أن يقوم على تقديم برامج ذات طابع شمولي مرتبط بالشأن العراقي بعيداً عن الإغراق في المصطلحات الفقهية، بل التركيز على مشتركات واضحة مثل:

١- الإقرار بالاحتلال وبوجود المقاومة المشروعة إزاؤه.

٢- انسحاب قوات الاحتلال عسكرياً لا يعني تحرير العراق كاملاً، كما لا يعفيها من تحمل آثار الاحتلال ولابد من مساءلتها على وفق آلية محددة

ومكفولة إسلامياً وعربياً ودولياً.

٣- تقوية العمق العربي والإسلامي للعراق، وضرورة الاحترام المتبادل مع دول الجوار.

٤- إلغاء مجريات العملية السياسية السابقة ؛ وتتضمن:

٥- حل مجلس نواب، ويسد الفراغ بحكومة مؤقتة مهنية (تكنوقراط) الغاية منها تسيير شؤون البلاد فقط وليس لأفرادها امتداد للقوى السياسية .

٦- إلغاء قوانين برايمر والدستور المبني على المحاصصة، وكتابة دستور مؤقت تعده شخصيات فقهية وقانونية كفوءة ونزيهة من العراق.

٧- حل المليشيات نهائياً دون دمجها بالقوات العسكرية والأمنية وعدم إحالتها إلى لجان شعبية.

٨- تعويض المدن المتضررة نتيجة الاحتلال وأن تكون لها الأفضلية في إعادة الإعمار وتأخذ جميع مستحقاتها التي منعت منها في السنوات السابقة، وكذلك تعويض ضحايا الاحتلال وأعوانه مادياً ومعنوياً.

٩- تطهير الأجهزة الحكومية ولاسيما الأمنية من العناصر الفاسدة والإجرامية، وإجراءات محاكمات شاملة لمن أجرم بحق العراقيين الأبرياء قبل الاحتلال وبعده.

١٠- مع التأكيد على أن هذه أصولاً لها تفرعات تقتضيها متطلبات الوضع أو تداعياته وقد تبنت القوى المناهضة للاحتلال وفي مقدمتها هيئة علماء المسلمين أكثر هذه المطالب مما يدعم مواقف المجاهدين بصورة علنية ورسمية على مستوى المؤتمرات التي عقدت لمعالجة القضية العراقية.

١١- الاهتمام بالشأن العراقي وعدم التعرض إلى الوضع الداخلي لدول الجوار إلا بما يؤثر على العمل الجهادي في العراق، والحذر من فتح جبهة قتالية مع هذه الدول، إدراكاً لتعدد التحديات التي تحيط بالعراق عموماً والمجاهدين خصوصاً، والتأكيد على استقلالية القرار للقيادة الجهادية، وأن لا يكون

الجهاد ورقة ضغط إلا للجهاد نفسه، مع تبني القضايا الإسلامية ودعمها.

إن رفض العملية السياسية في ظل الاحتلال موقف مقبول، ولكن ليس معنى ذلك عدم مراقبتها ومتابعتها، فإن لها آثاراً على العمل الجهادي بالإضافة إلى أثرها في أبناء الأمة.

ومع ذلك نؤكد على المجاميع الجهادية ضرورة نشر منهجيتها مطبوعة على النخب وعامة الناس ولتكن بمثابة القيام بإحدى العمليات المسلحة، وكذلك إرسالها عبر المواقع الالكترونية إلى الشخصيات الإعلامية والمؤسسات ومراكز الدراسات والبحوث.

المسلك الثاني: محتوى الرسائل الإعلامية المباشرة:

وهي المادة التحريرية التي تتضمنها الوسائل الإعلامية، بياناً أو تصريحاً أو خبراً أو مقالاً أو تحليلاً أو حواراً؛ ومما ينبغي مراعاته في هذه المادة التحريرية: الدقة في صياغتها، والإيجاز غير المخل، والصدق والوضوح، والواقعية والمواكبة.

وفي هذا المجال تحاول المؤسسات الإعلامية للمجاميع الجهادية أن تتجاوز هذا على الرغم من الصعوبات التي تواجهها، فنجد كثيراً من هذه المجاميع تصدر بيانات حول الأحداث التي تطرأ على الساحة العراقية بل والعربية والإسلامية أيضاً، وكذلك استنكار الظواهر التي لا تتصل بعملهم، وفي هذا المجال أصدرت مجموعة الأزمات الدوليّة ICG [1] تقريراً لها عما سمته "التمرد العراقي"، وذلك في ١٥ – ٢ – ٢٠٠٦، وهو بعنوان: "من حديثهم الخاص: قراءة في التمرد العراقي"، ويحمل الرقم ٥ في

(١) وهي منظمة مستقلة غير ربحية، ومتعددة الجنسية يعمل فيها مئة باحث من القارات الخمس، متخصصة في التحليلات الميدانية الموجهة إلى المستويات القيادية لمنع النزاعات وحلها، ومقرها الرئيس في بروكسل، ولها مكتب إقليمي في عمان، يتوسط المنطقتين الملتهبتين، العراق وفلسطين. وتتلقى هذه المنظمة تبرعات وهبات من الحكومات والمؤسسات الخيرية والشركات والأفراد، والحكومات الغربية الرئيسية هي ممول أساس أيضاً لهذه المجموعة.

قسم الشرق الأوسط. يقول التقرير بأن مواقع "الويب" و"الدردشة" على الانترنت وأشرطة الفيديو والبيانات والإعلانات، قد أدت دوراً كبيراً في الربط بين مجموعات وشبكات المتمردين وبين المتعاطفين معهم والمؤيدين لهم، وبأنه في السنتين الماضيتين زاد تأثير مثل هذه الوسائل وتم استخدامها بشكل ذكي من قبلهم، يفرد التقرير فيما بعد جزءاً مخصصاً للاستنتاجات التي توصل إليها، وفيها يقول: إن التمرد خاضع لهيمنة وإدارة قبل بعض المجموعات الكبيرة عبر طرق معقدة، فهو لم يعد بعد الآن ظاهرة فوضوية، عصبية، مبعثرة؛ فالمجموعات منظمة بشكل جيد وهي تصدر منشورات منتظمة، وتتفاعل بشكل سريع مع الأحداث السياسية، ولديها مركزية مدهشة للغاية؛ وقد حصل منذ مدة تقارب تدريجي ومنسق بين هذه المجموعات، وأصبحت تعتمد تكتيكات ووسائل شبه موحدة وتغلب الهوية السنية على هذه المجموعات كلها، بعد أن كانت منقسمة قبل ذلك في عملها وإيديولوجيتها؛ لكن المناقشات والمناظرات التي جرت بينهم أوصلتهم إلى رؤية مشتركة تقوم على التشريع الإسلامي والاستجابة لمظالم العراقيين وشكاويهم.

ويذكر التقرير: أن هذه المجموعات متنبّهة بشكل كبير إلى مسألة الرأي العام وإلى صورتها لديه، لذلك فهم يردّون مباشرة على أية اتهامات بالفساد الأخلاقي أو العنف الأعمى، ويرفضون الاتهامات بإشعالهم حرباً طائفية، ويعملون على حماية المدنيين وتعويضهم عند أي ضرر يقع عليهم، وتم التركيز على وحشية الاحتلال ويسعون إلى إظهار الأمريكيين وحلفائهم العراقيين بأسوأ مظهر، ولاسيما التركيز على فضح الموالين للأمريكيين وإظهار أنهم يديرون حرباً طائفية بدعم من الاحتلال، وأنهم يريدون تقسيم البلاد ومشتركون في عمليات التعذيب ولا يكترثون بالخسائر المدنيّة للشعب العراقي.

وتبقى مسؤولية المرسل العربي والإسلامي في تلقي ونشر هذه البيانات على الأقل احتراماً لميثاق الشرف الإعلامي الذي يؤكد على الحيادية في التعامل مع الأخبار والمعلومات.

العنصر الثاني:المرسل:

وهو القائم بالإعلام الذي عليه أن يسعى إلى النجاح في مهمته المتمثلة بتوصيل الرسالة الإعلامية إلى المتلقي أو الجمهور ويسمى أيضاً المصدر والمتصل.

والمرسل في الإعلام المقاوم هي الهيئات الإعلامية التي تنضوي تحت فصائله، ولا بد أن تتمتع بصفات الإعلامي الناجح ومقوماته الأخلاقية من الإخلاص والعلم والالتزام والصدق والأمانة والصبر والتضحية، والمقومات المهنية ومنها: أنها : مؤمنة برسالتها، متفهمة لطبيعة عملها، وقادرة على التكيف مع جماهيرها، ومتحمسة وشغوفة بعملها محبة له، وتتوافر لها الذكاء والموهبة والاتزان من اللباقة والقدرة على التصرف السليم في المواقف الصعبة، وأخيراً الخلفية الثقافية الواسعة المتنوعة وسعة الاطلاع ، ويتمتع أفرادها بالقدر الكافي من الدراسة الإعلامية الشاملة والمتعمقة في مجال تخصصهم[1].

وقد تكون الظروف المحيطة بالمقاومة العراقية صعبة مما يجعلها تغض النظر عن بعض هذه المقومات، ولكن نذكر ببعض المعطيات التي تساعد المرسل في إيصال الرسالة الإعلامية للمجاهدين.

توافر المكانة والقوة: تكون لمكانة المصدر أهمية في تلقي الرسالة، فبعض البيانات أو الرسائل حينما يؤديها أمير الجماعة أو الناطق الرسمي أو أحد القادة يكون له وقع أشد من أن يلقيها إعلامي آخر.

وإذا كان بعضهم يتحرج من ظهور هؤلاء القادة لدواع أمنية ، فإننا نقر أن لو ظهر هؤلاء إعلامياً لزاد من التفاعل الشعبي والتأييد الجماهيري ولسبب حرجاً لأعدائهم وخصومهم، ولذا نجد تنظيم القاعدة في أرض الرافدين سجل حضوراً متميزاً من هذا الجانب لأمرين.

---

(١) الإعلام أولاً: د. أسعد السحمراني ص٣٦ بتصرف.

إن قادة تنظيم القاعدة الأم لهم حضور إعلامي وهم معروفون ويتمتعون بشخصية مؤثرة قادرة على الاستقطاب والتأثير، وإثارة الجدل حولها وما تطرحه في رسائلها الصوتية والمرئية.

ظهور قادة التنظيم في العراق ولهم رسائل صوتية ومصورة بل كان للزرقاوي اسم يحظى باهتمام إعلامي واسع.

في حين لا يعرف النخبة فضلاً عن الرأي العام أسماء قادة بقية التنظيمات (ولو الاسم الحركي) باستثناء اسم قائد جيش أنصار السنة وهو أبو عبد الله الحسن ابن محمود وهو اسم حركي، واستطاع الجيش الإسلامي في العراق أن يسجل حضوراً أيضاً من خلال ظهور الناطق الرسمي له الدكتور إبراهيم الشمري وكانت اللقاءات الأخيرة مع أمير الجيش الإسلامي في العراق له معطياته في توضيح جوانب مهمة من هذه الشخصية القيادية، ثم اتخذت كتائب ثورة العشرين ناطقاً رسمياً لها هو عبد الله العمري، وكذا جيش المجاهدين وناطقه عبد الرحمن القيسي، ثم الظهور العلني للأمين العام للمجلس السياسي للمقاومة العراقية الشيخ علي الجبوري الذي سجل حضوراً متواصلاً ومتميزاً في الوسائل الإعلامية.

توافر الخبرة والثقة: كلما ألمّ المرسل بجوانب رسالته الإعلامية والموضوع الذي يقدمه كان أدعى للتوفيق في إثارة المتلقي وجذب اهتمامه، كما أن التزام الصدق والحقيقة والجدية من قبل المرسل عمق الثقة بينه وبين المتلقي وزاد من الإعجاب به مما يجعله متواصلاً معه متأثراً به مؤمناً بما يقدمه.

توافر الرغبة بالتطوير والإبداع: وذلك لتطوير العمل الإعلامي وقدرته على مواكبة التقدم التقني في وسائل الاتصال، وبخاصة أنها المصدر الرئيسي لها مثلما أنها خاضعة ومراقبة من قبل الدوائر الأمنية للدول المحتلة للعراق، ومواكبة التطور ضروري للسلامة الأمنية.

المرسل أو المصدر الجهادي:

والكادر الإعلامي المسؤول عن إيصال المعلومات إلى الجماهير، في فصائل المقاومة يتألف عادة من:

- **قسم التحرير:** وهي الجهة المسؤولة عن صياغة وإعداد وبث المعلومات المتعلقة بالجماعة، ويتألف القسم من مسؤول الهيئة الإعلامية المرتبط بالإمارة أو القيادة ومساعده والناطق الرسمي والناطق الإعلامي ومدير تحرير المجلة والمحررين والمحللين والكتاب في المواقع الرسمية (هذا تخمين على العموم، فبعض المجاميع تفتقر إلى بعض هذه المناصب).

- **الإعلام الميداني:** وهم مسؤولو إعلام القواطع الميدانية والإعلاميون العاملون فيها من مصورين ومراسلين.

- **القسم الفني:** ويشمل الكادر الفني والمهني وهو المسؤول عن تصميم وتحديث المواقع الالكترونية الرسمية للجماعة وإعداد المجلة وتصميمها وتنفيذ الإصدارات المتنوعة.

- **قسم التدريب والتطوير:** وله أهميته في إعداد الكوادر الإعلامية المتخصصة، خاصة وأن العمل الجهادي بحاجة إلى رفده المتواصل لتعرض إلى العاملين فيه إلى الفقدان من استشهاد أو اعتقال أو تقييد الحركة لدوافع أمنية ، وكذلك للارتقاء بالإعلام الجهادي في مقابل قوة الإعلام المضاد وتطوره.

العنصر الثالث: المستقبل أو المتلقي:

قارئاً أو مستمعاً أو مشاهداً أو متابعاً أو متصفحاً، هو الهدف في العملية الإعلامية والتي تسعى إلى تشكيل شخصية المستقبل أو تعديل قناعاته وحمله على تبني مفاهيم وقيم التنظيم.

ومراعاة المستقبل يؤدي إلى استقطاب الرأي العام - والكل يعمل على ذلك وقد تميز الإسلام بأن رسوله أرسل إلى الناس كافة قال الله تعالى: ﴿ وَمَآ أَرْسَلْنَٰكَ إِلَّا كَآفَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ ٱلنَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾ ﴾ [سبأ: ٢٨]، إلا أنه يدرك أن هؤلاء على مستويات متفاوتة في التلقي والاستجابة، وقد عبر القرآن الكريم عن تباين مستويات المتلقين بقوله: ﴿ ٱدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلْحِكْمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةِ وَجَٰدِلْهُم بِٱلَّتِى هِىَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦ وَهُوَ أَعْلَمُ بِٱلْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾ ﴾ [النحل: ١٢٥] فالسبيل واحد لوحدة الرسالة ولكن الأسلوب في الخطاب يتنوع لتفاوت موقف المتلقي من قبول الرسالة[1]:

١- فبعضهم مؤيد ولكنه بحاجة إلى المزيد فهذا يخاطب بأسلوب الحكمة ويزود بما يدعم مواقفه المؤيدة.

٢- وبعضهم متردد أو به غفلة عن بعض القضايا فهذا بحاجة إلى موعظة حسنة لإزالة تردده وإيقاظه من غفلته.

٣- وآخر معاند، له تصور مخالف لنا أو منقاد لإعلام خصومنا فهذا يجادل بالتي هي أحسن.

وهذه الأصناف الثلاثة تنقسم أيضاً إلى عراقيين وعرب ومسلمين وأجانب فيهم من الدول المشتركة في احتلال العراق ومن غيرها.

لذا ينبغي مراعاة لغة الخطاب لهؤلاء جميعاً من حيث الصياغة واللغة المستخدمة، وقد نقل لنا أحد الأخوة الذين شاركوا في مؤتمر أقيم في أمريكا أن الشعب الأمريكي لا يعرف إلا القليل عما يحصل في العراق وما يعرفونه أخذوه من وسائل الإعلام الأمريكية التي تخضع لتوجيهات الإدارة الأمريكية كما أنه شعر بالحرج من عدم وجود موقع أو إصدار باللغة الانكليزية لأية مجموعة

---

(١) الإعلام الإسلامي الواقع والطموح: مصدر سابق، ص٣٠

جهادية وحتى السياسية لأهل السنة، على أننا نسجل لجيش الراشدين والجيش الإسلامي محاولات جادة في إصدارات كانت باللغة الانكليزية.

وكذلك من الضروري مراعاة مستويات المتلقين العلمية والثقافية واختيار المادة الإعلامية المناسبة لكل فئة من الفئات فما يقال لعامة الناس غير ما يخصص للفئة المثقفة(١).

ثم على المؤسسة الإعلامية أن تحرص على أن تكون رسالتها مفهومة من قبل المتلقي وذلك من خلال:

- وجود اللغة المشتركة والمفهومة بين المرسل والمتلقي.

- وجود الشعور الإيجابي عند المتلقي أساسه الاحترام والثقة.

- إحاطة المتلقي ببعض مقدمات ومتعلقات الموضوع الذي تعالجه المادة الإعلامية التي يستقبلها.

- الانتباه إلى المؤثرات الاجتماعية التي تربط المتلقي بالمرسل أو بالرسالة الإعلامية.

وقد أدركت المقاومة العراقية ذلك واستطاعت أن تستقطب الرأي العام المحلي ومن ثم الدولي وحتى الرأي العام المحلي لدول الاحتلال، من خلال بيانات وإصدارات باللغات الأجنبية ولاسيما الانكليزية(٢).

العنصر الرابع: الوسيلة الإعلامية:

وهي الأداة التي تؤدى بها الرسالة الإعلامية أو التي تستخدم لبث رسالة إعلامية معينة، وهي تتطور مع التقدم التقني والتكنولوجي، وهذه الوسائل تتنوع

---

(١) وسائل الإعلام: ص ١٠٣.

(٢) سنتوسع في إيراد أمثلة عند الحديث عن الرأي العام.

بحسب مستويات المستقبلين والمادة الإعلامية والإمكانيات المتاحة وقبل أن نبين هذه الوسائل نود أن نؤكد أن الإعلام الجهادي في العراق له نوعان من الخطاب الإعلامي:

الأول: خطاب مباشر (رسمي) وهو الذي يتحدث بلسان المجاميع الجهادية.

والثاني: خطاب غير مباشر (عام) وهو الذي يتبنى الجهاد والمقاومة عموماً من غير انحياز إلى مجموعة ما، أو هو الذي يصنف خطابه ضمن المقاومة السلمية، وكثير من هذا الخطاب تتولاه عناصر منتمية للعمل الجهادي ولكنها لا تصرح بذلك لدواع أمنية فرضتها طبيعة المعركة.

ويمكن حصر الوسائل الإعلامية بالآتي:

أولا: الوسائل الشفهية:

- **الاتصال الشخصي.**

وهو الذي يجري بين فرد وآخر في الجماعات الأولية الصغيرة كالأسرة ومجموعة العمل والعلاقات الثنائية والثلاثية، وتنشأ بين هؤلاء علاقات شخصية حميمة، ويجري الاتصال على نمط أساسه المواجهة والاحتكاك المباشر وجهاً لوجه، ولهذا يسمى أيضاً (الإتصال الوجاهي) دون اللجوء إلى استخدام وسائل الاتصال المختلفة[١].

ومن مميزات هذا الاتصال:

١-إنها الوسيلة التي لا يعيقها شيء.

٢-القدرة على انتقاء المتلقي فالمرسل يستطيع اختيار من يجري معه الاتصال

---

(١) وسائل الاتصال: ص٧٨.

وهذا يساعد في الوصول للغاية المنشودة.

٣-يتم بصورة عفوية خالية من التعقيد مما يتيح المجال للمناقشة الهادئة والمصارحة التامة بين كليهما وهذا يؤدي إلى مزيد من الإقناع، وقد أشار القرآن الكريم إلى هذا الأمر بقوله تعالى: ﴿ ۞ قُلْ إِنَّمَآ أَعِظُكُم بِوَٰحِدَةٍ ۖ أَن تَقُومُواْ لِلَّهِ مَثْنَىٰ وَفُرَٰدَىٰ ثُمَّ تَتَفَكَّرُواْ ۚ مَا بِصَاحِبِكُم مِّن جِنَّةٍ ۚ إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ لَّكُم بَيْنَ يَدَىْ عَذَابٍ شَدِيدٍ ﴿٤٦﴾ ﴾ [سبأ: ٤٦] فالتفكير الفردي والثنائي يؤدي إلى التوصل إلى نتائج ايجابية مع حسن مراعاة أساليب هذا الاتصال المتمثلة بالتحدث والاستماع والسؤال[١].

٤-إنها عملية اتصال تبادلية بين المرسل والمستقبل، ويتم التبادل بشكل دائري وإن عملية التغذية الراجعة (رجع الصدى) تعطي فرصة للتأكد من فهم الرسالة لحدوث ردة الفعل مباشرة، وكذلك تعطي فرصة لتصحيح وتعديل الأخطاء الممكنة في فهم أو نقل الرسالة[٢].

لكل ذلك يعد الإعلاميون هذه الوسيلة من أهم الوسائل في الظروف الصعبة وعند التضييق على وسائل الإعلام أو مصادرتها، خاصة للمعارضين، ولذا نجد المجاميع الجهادية قد استطاعت أن توظف هذه الوسيلة ليس في كسب تأييد الرأي العام لرسالتها وإنما في استقطاب المجاهدين إذ استطاعت في مدة وجيزة لا تتعدى الأشهر أن تشكل جيوشاً وليس جيشاً واحداً من المجاهدين تعدادها التنظيمي يصل إلى عشرات الآلاف من المجاهدين والملايين من الداعمين والمؤيدين والمؤازرين.

- الاتصال الجمعي أو المجتمعي:

ويتم هذا الاتصال بين شخص والجماعات الثانوية[٣] وتكون محدودة أو

---

(١) وسائل الإعلام: ص١١٩

(٢) وسائل الاتصال ص٨٠

(٣) الإعلام والاتصال بالجماهير: ص١٠٣

مألوفة بشكل مباشر، وقد أشرنا سابقاً: إن الإعلام الجهادي هو فرع أو جزء من الإعلام الإسلامي وبذلك فهو يوظف جميع وسائل الاتصال الجمعي فيه ومن أبرز الجماعات الثانوية هي جماعة المسجد أو الجماعات الإسلامية ذات الرابطة المشتركة في المنهج سواء أكان تنظيمياً أم عفوياً ولكنه مرتباً.

يعد المسجد من أهم وسائل الاتصال الجمعي لأنه يتميز عن غيره كون المسلم مطالباً بالذهاب إليه بمقتضى إيمانه خمس مرات كل يوم لأداء الصلوات الخمس المفروضات، كذلك في المناسبات الشرعية كالجمع والعيدين ورمضان وغيرها، فالمسلم يندفع إلى المسجد تلقائياً لأنه المكان المفضل له والأثير عنده، وبالتالي فلا حاجة لاستخدام أساليب الدعاية والإعلان المتبعة لحث الناس على حضور اللقاءات والمحاضرات العامة، ومن أساليب الاتصال الجمعي في المسجد: الخطابة والندوات والمحاضرات .

وبعد الاحتلال شهدت مساجد العراق وخاصة الكبيرة منها عقد العديد من الندوات التي عالجت قضايا كبرى كالموقف من الاحتلال في أثناء مداهمته أو محاصرته المدن الجهادية، أو الموقف من الدستور والعملية السياسية، والاعتداءات على المساجد والأئمة، وكان يحضرها عدد كبير من الشخصيات الإسلامية بل وتشارك فيها المجاميع الجهادية من خلال إرسال مبعوثين أو رسائل تحريرية إلى المجتمعين،(مثل الموقف من ضرب الفلوجة[1] ورفض الدستور).

المساجد والجهاد الإعلامي:

أكدنا أن منابر المساجد كانت من أهم وسائل الإعلام والدعوة الجهادية، وذلك لأن الجهاد فريضة شرعية، والمساجد تمثل المنابر الشرعية، فكان لابد أن تتبناه في الخطب والمحاضرات والمواعظ على أننا نود أن نبين أمرين قبل التطرق إلى الدور

(١) حيث أرسل الشيخ المجاهد عبد الله الجنابي رسالة باسم مجلس شورى المجاهدين في الفلوجة إلى المجتمعين بشأن هذه القضية وألقيت نيابة عنه.

الإعلامي للمساجد:

الأول: أن المساجد على الغالب لم تدع إلى مجموعة جهادية معينة، وإنما تبنت الجهاد عموماً سبيلاً لتحرير العراق والحفاظ على وحدته وهويته العربية الإسلامية.

الثاني: الحديث يشمل المساجد التي كان أئمتها وخطباؤها من الصادقين في رسالتهم، لا الموظفين التابعين للأنظمة الحاكمة المضلة، ولا الذين يؤيدون عقائد وسياسات من والى المحتل أو رضي به أو رفض الجهاد ونال من أهله الصادقين أو الذين يداهنون ويتملقون تزلفاً.

والآن نتناول دور المساجد في الجهاد الإعلامي ويمكن أن نحدد ثلاث مراحل لهذا الدور

قبل الاحتلال:

لقد فسح النظام السابق المجال أمام الأئمة والخطباء للخوض في موضوع الجهاد بعد أن كان محظوراً، ومما شجع على ذلك صدور بعض الفتاوى بشرعية القتال ضد القوات الأمريكية، كما أن بعض القيادات الإسلامية أدركت هشاشة النظام وحتمية انهزامه وأن المعركة الجهادية ستقوم بعد انكسار النظام السابق واحتلال العراق فكان لا بد من التهيئة لهذه المرحلة، على أن الخطاب الجهادي للمساجد تميز بالحث على الجهاد بمفهومه الإسلامي والتحذير من موانع النصر والتمكين التي كانت شائعة آنذاك، وربط ما يواجهه العراق بسلسلة الحرب الصليبية التي تقودها أمريكا ضد العالم الإسلامي، وكانت هذه المعاني لا تعجب أذناب النظام السابق إلا أن الوقت لم يسعفهم باتخاذ ما يلزم ضدهم رغم تدوين أسمائهم والملاحظات عليهم، ومما يجب التنويه إليه أن النظام السابق لم يأمن جانب هذه المساجد فلم يتم تسليحها رغم كثرة المطالبة بذلك.

بعد الاحتلال:

وأما الخطاب الجهادي للمساجد فاتسم بالتأكيد على شرعية الجهاد والرد على من أنكره، وتذكير أبناء الأمة بحقيقة الصراع ضد العراق باعتباره أحد أهم قلاع الأمة الإسلامية، كما انتقد الحكومة بمشاركتها في ضرب المدن المجاهدة كالفلوجة وتلعفر وسامراء والموصل ومدن الأنبار وديالى، وكذلك فضح أعمال لواء الذيب الإجرامية بحق أبناء الشعب عموماً والمساجد خصوصاً، واستطاعت المساجد أن تحشد الناس لنصرة المدن المحاصرة وجمع المواد الإغاثية من طعام ودواء وغطاء وتسيير القوافل إلى تلك المدن، كما حثت على ضرورة الحفاظ على وحدة الأمة ونبذ الخلاف كما أنها استنكرت الأعمال الإجرامية التي تستهدف الأبرياء والتي تحركها قوى خفية لها عمق في بلدان لها مطامع في العراق.

وشهدت المساجد الكبيرة إقامة الندوات والمؤتمرات والمهرجانات في معالجة القضايا التي واجهت أهل السنة وقد اتخذت مقرات للهيئات الشرعية[1]، كما ساعدت المساجد في هذه المرحلة على تفعيل الوسائل الإعلامية الأخرى من خلال توزيع المطبوعات والإصدارات والبيانات الصادرة من الهيئات العلمية والسياسية الإسلامية، وكذلك يتم عند أبوابها توزيع إصدارات المجاميع الجهادية وبياناتها.

وفي ظل حكومتي الجعفري والمالكي: فقد شهدت هذه المرحلة تطوراً في الصراع بما أطلق عليه (حرب المساجد) وكانت لدوافع طائفية بحتة، تولى زمامها مغاوير الداخلية وفرق الموت التابعة لها ثم جاء دور الميليشيات، وبلغت هذه الحرب ذروتها باختطاف الأئمة والخطباء والمصلين وأهل السنة مهما كان توجههم ومن ثم

---

(١) مثل هيئة علماء المسلمين(جامع أم القرى ، أم المعارك سابقاً) والهيئة العليا للدعوة والإفتاء (جامع ابن تيمية، أم الطبول سابقاً) والهيئة العلمية للدعوة والإفتاء (جامع ١٤ رمضان) والأمانة العليا للإفتاء والتصوف (جامع نداء الإسلام، النداء سابقاً)، واتخذ الحزب الإسلامي من بعض المساجد منبراً له (مثل جامع الشواف) وغير ذلك.

تعذيبهم بأبشع صور التعذيب وقتلهم بأساليب لم تشهدها الإنسانية وحتى الأمم الشيطانية من قبل، وازداد الأمر شدة باغتصاب المزيد من المساجد وحرقها وتدميرها بالكامل ومداهمتها والعبث بها وحتى المصاحف لم تسلم من حقد هؤلاء وتم قتل الأئمة وعوائلهم في المساجد نفسها، وهذا ما دفع الوقف السني إلى إغلاقها مراراً، واستمرت الحرب عليها ومحاصرتها مما أدى إلى هجرة الأئمة منها وانقطاع الناس عنها حفاظاً على دماء المسلمين من أهل السنة، ومازالت أكثر هذه المساجد مغلقة بسبب قصفها أو حرقها أو محاصرتها، على أننا نسجل أن بعض المساجد استطاع المجاهدون الحفاظ عليها من هجمات المغاوير والميليشيات.

وتميز الخطاب الإعلامي للمساجد بالتأكيد على البعد الطائفي والصفوي في الصراع وخطورة هذا البعد على المسيرة الجهادية في العراق، كما حظيت المشاركة في العملية السياسية (سواء رفضاً أو قبولاً) بمساحة واسعة من النشاطات الدعوية للمساجد، والأوسع من ذلك الحديث عن جرائم الاحتلال والحكومة الصفوية ضد المسلمين من أهل السنة وضد المساجد وأئمتها، وقد تظن الحكومة أنها استطاعت أن تقوض رسالة المسجد وأثرها في المجتمع وفاتها أنها أعطت فرصة كبيرة لنزول الدعاة إلى الساحة الدعوية والجهادية تحقيقاً لقول النبي صلى الله عليه وسلم: وجعلت لي الأرض مسجداً وطهوراً.

العلماء والخطباء إعلاميو الجهاد:

نجاح الوسيلة الإعلامية مرتبط بمدى تأثيرها في الرأي العام وقدرتها على تغيير قناعاته وسلوكياته وفق ما تبثه هذه الوسيلة وكذلك يثبت نجاحها بعمق الثقة المتبادلة بين المتلقي والمرسل وتقبله لوسيلته الإعلامية وحرصه على متابعتها، وتميز الاتصال الشفهي الإسلامي بأن الذين يتولونه هم العلماء والدعاة والخطباء وهم يمثلون الصفوة الموجهة للرأي العام وللمسؤولين في الوقت نفسه.

وفي المعارك الجهادية يتجلى الدور الإعلامي لهؤلاء النخبة ففي الحملة الصليبية السابعة على المنصورة كان العز بن عبد السلام يخطب في جنود المسلمين، ويفسر لهم آيات الجهاد، ويشجع القادة على العمل لنصرة دين الله ورد الأعداء عن بلاد المسلمين، وينتقد القادة الذين تحالفوا مع العدو عندما كان العز في دمشق كان الحاكم رجلاً يقال له: "الملك الصالح إسماعيل" من بني أيوب، فولّى العز خطابة الجامع الأموي، وبعد فترة قام الملك الصالح إسماعيل هذا بالتحالف مع النصارى الصليبيين، أعداء الله ورسله، فحالفهم وسلّم لهم بعض الحصون، كقلعة الشَّقِيف، وصَفَد وبعض الحصون، وبعض المدن، وذلك من أجل أن يستعين بهم على قتال الملك الصالح أيوب في مصر. فلما رأى العز بن عبد السلام هذا الموقف الخائن الموالي لأعداء الله ورسله – عليهم السلام-، لم يصبر فصعد على المنبر، وتكلّم وأنكر على الصالح إسماعيل تحالفه مع الصليبيين، وقالها له صريحة، وقطع الدعاء له في الخطبة، بعدما كان اعتاد أن يدعو له، وختم الخطبة بقوله: "اللّهُمَّ أبرم لهذه الأمة أمرًا رشدًا تُعِزُّ فيه وليّك، وتُذِلُّ فيه عدوّك، ويُؤْمَر فيه بالمعروف، ويُنْهَى فيه عن المنكر.

ومن ذلكم العالم المجاهد شيخ الإسلام ابن تيمية الذي جاهد بنفسه ولسانه ضد التتر وكان أشد ما يثبت المقاتلين هو تأكيده على أن النصر متحقق لا محالة فيقولون له: قل إن شاء، فيجيب إن شاء الله تحقيقاً لا تعليقاً، وهكذا ما من مرحلة جهادية في حياة الأمة إلا ويكرمها الله تعالى بعالم فقيه أو خطيب بليغ يكون صوتاً إعلامياً يحث على الجهاد ويرغب فيه ويثبت المجاهدين ويرفع معنوياتهم وينال من معنويات العدو.

وقد شهد العراق في جهاده ضد أمريكا وحلفائها ومواليها نماذج رائعة من شجاعة العلماء وهيبتهم وقوة الخطباء وبلاغتهم وقد استطاعوا رغم الحصار الإعلامي المفروض على العمل الجهادي أن يستنفروا المسلمين في العراق إلى القتال على مدى السنوات الماضية، وأن يستقطبوا الرأي العالمي لصالح قضيتهم رغم شدة

العدو الأمريكي وسطوته على الأنظمة العربية والإسلامية المنقادة له،ورغم المتابعة الشديدة والمداهمات المتواصلة من قوات الاحتلال والحكومات والمليشيات ضد هؤلاء الأئمة والدعاة.

ثانياً: الوسائل المرئية:

تعد هذه الوسائل من أقوى وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع بعد الوسائل الشفهية، لما تتمتع به من مزايا تجعلها أشبه الوسائل وأقربها إليه، فهي أولا تشغل حاستي السمع والبصر معاً، فتشد المشاهد إليها بحيث لا تسمح له بالقيام بأي نشاط آخر، وهذا له آثاره الإيجابية في فهم الرسالة الإعلامية واستيعابها(١)، والإعلاميون يعدون التلفاز والسينما والمسرح من أهم الوسائل المرئية، وأنا سأتجنب الحديث عن هذه الوسائل لعدم توفرها الآن للمجاهدين في العراق وإن كانت المسؤولية تقع على عاتق المسلمين خارج العراق عموماً والإعلاميين خصوصاً في تفعيل هذه الوسائل أداء لرسالة الجهاد،ولذا سأتناول الوسائل المرئية المتاحة للإعلام الجهادي وهي:

القنوات الفضائية:

من المؤسف أن لا يكون للمقاومة العراقية قناة خاصة بها ، ومع ذلك سجلت حضوراً متواصلاً في القنوات الفضائية، لاسيما التي أعطت هامشاً لا بأس به أمام الخطاب العام للمقاومة والجهاد وأمام المجاميع الجهادية بمسمياتها المعلنة وتمثل ذلك:

١- بث الرسائل المصورة والمسموعة لقادة المجاميع الجهادية.

٢- الاتصال وإجراء الحوار مع ممثلي الجماعات الجهادية (كالناطق الرسمي والناطق

---

(١) وسائل الإعلام: ص١٢١

الإعلامي) وكذلك مع الشخصيات المؤيدة للجهاد والمقاومة.

٣- تخصيص بعض حلقات برامجها الحوارية والتحليلية حول قضايا المقاومة العراقية.

٤- بث العمليات المصورة منسوبة إلى المجاميع الجهادية.

٥- إعداد تقارير إخبارية عن بعض الإصدارات المرئية للمجاميع الجهادية.

كما عرضت بعض القنوات الفضائية المحلية والعربية والأمريكية أفلاماً وتقارير ولقطات مصورة للعمليات المصورة لاسيما فلم قناص بغداد.

ويمكن أن نصنف القنوات التي غطت المقاومة العراقية إلى صنفين:

قنوات لها تغطية محدودة ومتفاوتة لنشاط المقاومة العراقية، وتأتي في مقدمتها قناة الجزيرة الفضائية ، إذ تعد بحق رائدة في هذا المجال ، وهي أول قناة تبث عملية مصورة للمقاومة ، وسجلت ظهور أول شخصية عراقية للمقاومة المتمثلة بإجراء حوار مع الناطق الرسمي للجيش الإسلامي في العراق الدكتور إبراهيم الشمري (في عام ٢٠٠٥) ، وأول من أجرت حواراً مع الأمين العام للمجلس السياسي للمقاومة العراقية الشيخ علي الجبوري، وقامت بتغطية العمليات المصورة والإصدارات المرئية للمقاومة طوال سنوات الاحتلال التسعة.

ثم تليها قناة الرافدين الناطقة باسم هيئة علماء المسلمين في العراق ، إلا أنها تأخرت في عرض العمليات المصورة للمقاومة، ويبدو أنها تبنت الخطاب العام للمقاومة وللقوى المناهضة للاحتلال، وفي الأعوام الأخيرة توسعت بنشر إصدارات لبعض فصائل المقاومة العراقية، وأعدت تقارير إخبارية عن المقاومة مواكبة الانسحاب الأمريكي من العراق، كما أنها كشفت جرائم الاحتلال والحكومات التي صنعها على عينه في العراق، ولكنها افتقرت إلى إجراء حوارات موسعة ومتواصلة مع قادة المقاومة .

قنوات تبنت بشكل معلن ومتواصل نشاطات المقاومة العراقية ، وخير مثالها وقد يكون الوحيد هي قناة الزوراء ومن ثم قناة الرأي التي يديرها مشعان الجبوري ، وتميزت بعرض الإصدارات المرئية لفصائل المقاومة العراقية كاملة ، ولها برنامج أسبوع يغطي نشاط المقاومة ، كما أجرت حوارات موسعة مع قادة المقاومة.

الإصدارات المرئية:

التي يمكن أن نعرفها بأنها أفلام تسجيلية تعرض العمليات الجهادية وبعض التدريبات والاستعدادات واللقاءات وتتضمن آيات قرآنية وأناشيد جهادية، وتقسمها بعض المجاميع إلى إصدارات رئيسية وأخرى خاصة، فالإصدارات الرئيسية هي التي توثق العمل العسكري للجماعة خلال مدة معينة، وأما الإصدارات الخاصة فهي تتناول موضوعاً واحداً أو أسلوباً واحداً من أساليب القتال أو قضية معينة من القضايا التي تتعلق بالعمل الجهادي .

يبدو أن هذه الوسيلة من أكثر وسائل المجاهدين تأثيراً في الرأي العام العراقي وكذلك العربي والإسلامي، من خلال نشرها بالتوزيع المباشر على الناس وخاصة عند أبواب المساجد ومواقف السيارات أو عن طريق المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، وتتولى إصدارها عادة الأقسام الإعلامية للفصائل ، ويمكن أن نرصد ما يزيد على ٢٠٠ إصدار مرئي يوثق لآلاف العمليات العسكرية ضد قوات الاحتلال ، وهي متفاوتة في جودتها .

ثالثاً: الوسائل المسموعة:

وهي الوسائل التي تعتمد على حاسة السمع في إدراكها، وعادة يحصرها الإعلاميون بالراديو وأشرطة الكاسيت (المسجل) والأشرطة الممغنطةmp3.

وأما الإعلام الجهادي في العراق فلم يوظف إلا أشرطة الكاسيت والأشرطة

الممغنطة CD وبصورة ضيقة، ولعل أبرز الوسائل السمعية هي الرسائل الصوتية التي تبثها وسائل الإعلام المرئية لقادة الجهاد في العراق، وهنالك بعض المحاضرات الصوتية والأناشيد الجهادية التي أنتجتها فصائل المقاومة ويأتي في مقدمتها الجيش الإسلامي في العراق وكتائب ثورة العشرين والجبهة الإسلامية للمقاومة العراقية (جامع)، وما زالت الساحة العراقية تفتقر إلى خطيب جماهيري يسجل حضوراً مؤثراً فيها.

رابعاً: الوسائل المقروءة:

وهي الوسائل التي تعتمد على حاسة البصر في إدراكها وتشمل:

البيانات: وهي البيانات السياسية التي تتضمن مواقف الجماعات الجهادية من القضايا المستجدة والمتعلقة بالمسألة العراقية وبعضها ذات طبيعة توجيهية لأبناء الأمة أو تحذيرية لهم، ومنها البيانات العسكرية التي تتضمن مجمل العمليات العسكرية خلال مدة معينة، ويتم نشرها عادة بإلصاقها على الجدران في الطرقات أو على المؤسسات العامة والخاصة أو بتوزيعها على الناس في الأماكن العامة وعلى أبواب المساجد، فضلاً عن نشرها في مواقعها الرسمية أو المواقع الجهادية المشتركة.

المجلات: أصدرت بعض المجاميع الجهادية مجلات تعنى بالقضية الجهادية في العراق عموماً ورؤية ومواقف وعمليات الجماعة خصوصاً، ويلاحظ عليها:

- إنها في تطور مستمر من حيث التحرير الصحفي والجانب الفني.

- الموزع منها يعتمد على الاستنساخ دون الطباعة.

- انحسار توزيعها بسبب الإجراءات الأمنية وعمليات التفتيش المكثفة والتي تعد وجود المصاحف والكتب الدينية تهمة وجريمة فكيف بالمطبوعات الجهادية.

- رواجها في مواقع الشبكة العالمية (الانترنت).

- محدودة ومقتصرة على بعض الجماعات الجهادية.

ومن أبرز المجلات الجهادية لفصائل المقاومة العراقية (أنصار الإسلام لجماعة أنصار الإسلام، والفرسان لجماعة الجيش الإسلامي، والكتائب لكتائب ثورة العشرين، ورواد المعالي للحركة المقاومة الإسلامية (حماس العراق)، وجامع للجبهة الإسلامية للمقاومة العراقية)

المطبوعات:

هنالك الكثير من المطبوعات التي تم توزيعها بعضها منسوبة لجهات جهادية وأخرى غير منسوبة وأغلبها تعود لهذه المجاميع وإن لم تنسبها إليها ، والمطبوعات إما تكون على شكل كتب أو كتيبات أو مطويات أو ملصقات .

خامساً: الوسائل الشاملة (الإعلام الالكتروني):

وهي التي تضم الوسائل الإعلامية كافة (المرئية والمسموعة والمقروءة)، وهي ثمرة التطور التكنولوجي في مجال المعلوماتية، ويتجلى بالمواقع الالكترونية على الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت)، ويمكن أن نقسم الوسائل الشاملة إلى قسمين؛ المواقع الالكترونية والإصدارات الالكترونية:

المواقع الالكترونية: وقد اهتم بها المجاهدون كثيراً واعتمدوا عليها في إعلامهم وذلك لتوفرها ولسهولة استعمالها ولانتشارها في العراق ولقلة التكلفة المادية لإنشائها فلا تحتاج إلا حاسبة وخط انترنيت وهو متوفر ، كما أنها لا تحتاج إلى كادر كبير فباستطاعة شخص واحد إدارة موقع أو أكثر ،كما أنه من الصعوبة مراقبتها أو السيطرة عليها من قبل العدو، ولأنها واسعة الانتشار ولا يستطيع أحد الحيلولة بينها وبين العالم بأسره ، وهي على نوعين؛ المواقع الرسمية والمواقع المشتركة:

أما المواقع الرسمية: فهي التي تتولى إدارتها والإشراف عليها المجاميع الجهادية

وتتضمن عادة بياناتها السياسية والعسكرية وكذلك عملياتها المصورة ورسائلها ولقاءات مع قادتها وبحوث ودراسات شرعية تتعلق بالقضايا الجهادية وما يتعلق بها ولبعض المجاميع الجهادية مؤسسات إعلامية ومنتديات على شبكة الانترنت، ولعل من أبرزها منتديات البراق الإسلامية التي يشرف عليها الجيش الإسلامي في العراق.

وأما المواقع المشتركة: وهي التي تنشر البيانات والعمليات المصورة لجميع الفصائل الجهادية، وهي لا تنتسب إلى أية مجموعة، وأبرزها شبكة ومنتديات الحسبة وهي الأشهر وفيها هذا التنبيه (تعلن إدارة شبكة الحسبة للجميع أنها شبكة دعوية حسبوية مستقلة تعنى بشؤون العالم الإسلامي ولا تنتمي لأي تنظيم أو حزب أو مؤسسة)، ومنها الجبهة الإعلامية الإسلامية العالمية (GIMF) ، ومنتدى الإخلاص ومنتدى أهل السنة والجماعة وشبكة البخاري الإسلامية وشبكة حنين وشبكة أنا المسلم.

الإصدارات الالكترونية:

وهي عبارة عن إصدار على قرص ممغنط مضغوط DVD ، بمثابة أرشيف شامل للنشاط الإعلامي للجماعة (من بيانات ورسائل صوتية وإصدارات مرئية ومطبوعات متنوعة) وفائدتها أنها تعطي تصوراً شبه كامل عن الجماعة التي تصدره، ولم أحظ إلا بإصدارين الكترونيين عن الجيش الإسلامي في العراق.

العنصر الخامس: الاستجابة للرسالة الإعلامية:

ويطلق عليها أيضاً رد الفعل ورجع الصدى، وهي عبارة عن رد الفعل أو الأثر الذي ينعكس على المتلقي سلباً أو إيجاباً، ويكون إما تغييراً في المعرفة لدى المتلقي، أو في اتجاهاته وميوله، أو في سلوكه وقراراته.

والأثر الإيجابي هو في فهم الرسالة والتأثر بها، وتأييدها والعمل بمضمونها، وأما

الأثر السلبي فهو عدم فهم الرسالة أو عدم الاقتناع بها ورفضها والعمل على خلافها.

إن قوة الرسالة الإعلامية تتعلق بمقدار ما تحمل من أطروحات تتوافق مع فكرة الجمهور ومشاعره ووجدانه بحيث يتقبلها ويبني قناعاته كما يرسم أهدافه على ضوئها، وإذا التزمت المؤسسة الإعلامية بالضوابط الشرعية الجهادية التي نتبناها سيكون ذلك كفيلاً لاستمالة المستقبلين واستجابتهم.

من صور الاستجابة للرسالة الجهادية:

التأثر الواسع للجمهور برسالة المقاومة العراقية والأدلة على ذلك:

- تزايد تأييد الرأي العام للجهاد في العراق وحرص الكثير على متابعة أخبار المجاميع الجهادية وتبني مواقفها.

- إقرار قادة البيت الأبيض بارتكابهم آلاف الأخطاء في العراق وإقرار وزير الدفاع بتفوق إعلام المقاومة على إعلام الحرب الأمريكي.

- اعتبار المقاومة في العراق حق مشروع كما جاء في البيان الختامي لمؤتمر الوفاق الوطني الذي تم برعاية جامعة الدول العربية، رغم عدم مشاركة ممثلين لهذه المجاميع الجهادية.

- تغير لغة الخطاب للقيادات الأمريكية والحكومة الموالية لها فقد كانت في السابق تطلق عليها صفة الإرهاب أو التمرد دون استثناء ثم بدأت تسميها بالمجاميع المسلحة.

- استطاعت هذه المجاميع أن تفرض نفسها على الساحة العراقية (عسكرياً وسياسياً وإعلامياً وشعبياً) حتى لنجد قادة الإدارة الأمريكية وخاصة سفيرها في بغداد وكذلك الزعماء السياسيين في العراق يتسابقون في الإعلان عن لقائهم ببعض المجاميع (رغم تحفظنا على هذا الأمر إلا أننا نأخذ دلالاته ومعطياته)

وكأنهم يحرصون على كسب رضا الرأي العام المتنامي في تأييده للجهاد .

- الإقرار بأن أي مشروع سياسي أو وطني لا يكتب له النجاح إلا بموافقة أو حضور المقاومة فيه كما أقر ذلك المنسقون للمؤتمر الثاني للوفاق الوطني وكذلك لجان مشروع المصالحة الوطنية

- الحضور المتزايد لقادة الجهاد في وسائل الإعلام والتحليلات والتقارير الإخبارية وحرص هذه القنوات على الاتصال بالناطق الرسمي أو الإعلامي لهذه المجاميع.

- عد الكثير أن المجاميع الجهادية نضجت في العمل العسكري والقوة السياسية لها.

- التزايد المستمر لزوار المواقع الجهادية ومتصفحوها، وكثرة الردود والرسائل التي تصل على المواقع الرسمية العائدة للمجاميع الجهادية.

إن تأشير الاستجابة يتفاوت من مجموعة جهادية إلى أخرى لذا من الضروري على المؤسسات الإعلامية للمجاميع الجهادية أن تحرص على استقبال الاستجابات أي ردود الأفعال لدى الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية لمعرفة مدى تأثير وسائل الإعلام وقدرتها على الإقناع والتغيير بحيث تستخدم هذه المعرفة كمقياس لتحديد التقدم الذي أحرزته وسائل الإعلام في حال وجوده، وتحديد النقاط السلبية التي حالت دون أداء الرسالة الإعلامية لمهمتها ليتمكن المسؤولون عن الإعلام من معالجتها، وبذلك تكتمل العملية الإعلامية[1].

---

(١) وسائل الإعلام: ص١٠٣

ثانياً: الإنجازات الإعلامية من خلال أنماط الاتصال :

الدعاية الإعلامية

فنجد أن فصائل المقاومة قطعت شوطاً طيباً في الترويج الإعلامي لها واستطاعت أن تعوض افتقارها للوسائل الجماهيرية بوسائل عصرية وفي مقدمتها مواقع شبكة الانترنت إذ لدى أغلبها مواقع رسمية بل نجد للجيش الإسلامي سبعة مواقع أبرزها منتديات البراق الإسلامية التي تمثل متنفساً واسعاً ليس للجيش الإسلامي وإنما لجميع فصائل المقاومة العراقية، وفيه قسم باللغة الانكليزية، بل نجد له موقعاً بعنوان قناص بغداد يقدم صفحاته بتسع لغات حية.

كما أصدرت هذه الفصائل ما يزيد على ٢٠٠ إصدار مرئي تمثل جانباً من أبرز عملياتها المسلحة، ورسائلها الشرعية والسياسية. وتميزت بعض إصداراتها أنها موجهة للشعب الأمريكي وبلغته مثل إصدار شفرة الصمت لجيش الراشدين ، وإصدار حياة لي من أجل الأكاذيب وعقود دامية وقناص بغداد وجميعها للجيش الإسلامي ، وsms 2 us بجزأين وهما للجبهة الإسلامية للمقاومة العراقية (جامع).

-التزايد المستمر لزوار المواقع الجهادية ومتصفحوها، وكثرة الردود والرسائل التي تصل على المواقع الرسمية العائدة للمجاميع الجهادية.

-استطاعت المقاومة أن تجد لها رموزاً حظيت بالتأييد الجماهيري وأبرزها قناص بغداد .

وقد أقرت جهات عدة بالتفوق الإعلامي للجماعات الجهادية في العراق وتأثيرها في الرأي العام الغربي منها : مجموعة الأزمات الدوليّة (ICG)في تقرير لها عما سمته "التمرد العراقي"، وذلك في ١٥ – ٢ - ٢٠٠٦، وهو بعنوان: "من حديثهم الخاص: قراءة في التمرد العراقي"، ويحمل الرقم ٥ في قسم الشرق الأوسط. يقول

التقرير بأن مواقع "الويب" و"الدردشة" على الانترنت وأشرطة الفيديو والبيانات والإعلانات، قد أدت دوراً كبيراً في الربط بين مجموعات وشبكات المتمردين وبين المتعاطفين معهم والمؤيدين لهم، وبأنه في السنتين الماضيتين زاد تأثير مثل هذه الوسائل وتم استخدامها بشكل ذكي من قبلهم، ويفرد التقرير فيما بعد جزءاً مخصصاً للاستنتاجات التي توصل إليها، وفيها يقول: إن التمرد خاضع لهيمنة وإدارة مِن قِبَلِ بعض المجموعات الكبيرة عبر طرق معقدة، فهو لم يعد بعد الآن ظاهرة فوضوية، عصبية، مبعثرة؛ فالمجموعات منظمة بشكل جيد، وهي تصدر منشورات منتظمة، وتتفاعل بشكل سريع مع الأحداث السياسية، ولديها مركزية مدهشة للغاية؛ وقد حصل منذ مدة تقارب تدريجي ومنسق بين هذه المجموعات وأصبحت تعتمد تكتيكات ووسائل شبه موحدة، وتغلب الهوية السنية على هذه المجموعات كلها، بعد أن كانت منقسمة قبل ذلك في عملها وإيديولوجيتها؛ لكن المناقشات والمناظرات التي جرت بينهم أوصلتهم إلى رؤية مشتركة تقوم على التشريع الإسلامي والاستجابة لمظالم العراقيين وشكاويهم.

كما استطاع الإعلام الجهادي إلى حد ما أن يعيد التوازن في حرب المصطلحات بترسيخ المفاهيم الواقعية لها وخاصة مفهومي الاحتلال والمقاومة المشروعة سواء على المستوى الجماهيري أو الإعلامي وحتى الرسمي ، فنجد اليوم دولاً كثيرة تسعى إلى اللقاء بفصائل المقاومة وترفض تغييبها عن المشهد العراقي، بل استطاع إعلام المقاومة أن يرسخ أسماء الجماعات الجهادية بعد أن كانت محظورة على وسائل الإعلام.

الرأي العام:

ويذكر تقرير مجموعة الأزمات الدوليّة (ICG) أن هذه المجموعات متنبّهة بشكل كبير إلى مسألة الرأي العام وإلى صورتها لديه، لذلك فهم يردّون مباشرة على أية اتهامات بالفساد الأخلاقي أو العنف الأعمى، ويرفضون الاتهامات بإشعالهم

حرباً طائفية، ويعملون على حماية المدنيين وتعويضهم عند أي ضرر يقع عليهم، وتم التركيز على وحشية الاحتلال، ويسعون إلى إظهار الأمريكيين وحلفائهم العراقيين بأسوأ مظهر، لاسيما التركيز على فضح عمليات التعذيب للمعتقلين لدى قوات الاحتلال، وفضح الموالين للأمريكيين، وإظهار أنهم يديرون حرباً طائفية بدعم من الاحتلال، وأنهم يريدون تقسيم البلاد ومشتركون بالانتهاكات في السجون العراقية، ولا يكترثون بالخسائر المدنيّة للشعب العراقي.

إن تصاعد الرفض الشعبي وحتى الرسمي في الغرب للحرب على العراق واتساع دائرة المطالبين بسحب القوات الأمريكية وتداعيات ذلك في انتخابات الكونكرس الأمريكي والانتخابات الرئاسية ثم اضطرار القوات المتحالفة إلى الانسحاب من العراق، وبلغ ذروته بانسحاب القوات الأمريكية من العراق في نهاية عام ٢٠١١ ، بعد أن صرحت أنها ستبقى لمائة عام ، له مؤشرات على أن إعلام المقاومة العراقية استطاع أن ينجح ولو جزئياً بالنفاذ إلى الشعوب الغربية عامة والأمريكية خاصة ، وأن يؤثر في الرأي العام هنالك ويغير من قناعاته تجاه هذه الحرب .

العلاقات العامة والإعلان:

لقد استطاعت المقاومة العراقية على الرغم من تخوف الدول من الولايات المتحدة الأمريكية، أن تفتح علاقات مع دول عدة ، لاسيما بعد تشكيل المجلس السياسي للمقاومة العراقية، الذي اضطرت القوات الأمريكية إلى فتح علاقات معه وإجراء مفاوضات ، كما استقبلت دول عربية وإقليمية وفوداً من المجلس وفصائل أخرى ، وأقيمت مهرجانات بشأن المقاومة العراقية ، ومع الانسحاب الأمريكي ، فإن على الفصائل العراقية توسيع دائرة العلاقات ، وأن يكون موقف العلاقات مع دول الجوار مبنياً على تصورات واضحة لطرق التعامل معها من خلال تهيئة الأجواء التي تسمح بالحوار وتحسين العلاقات، وترك أبواب

العلاقات مع إيران والشيعة مفتوحة، وعقد تحالفات وفتح علاقات مع السعودية والخليج لحماية أهل السنة والوقوف أمام المد الشيعي وكذلك الأردن ، واغتنام تطورات الربيع العربي في بعض الدول وتصدر المشهد السياسي لها من قبل قوى إسلامية ووطنية أن تكون مؤيدة فهي متعاطفة مع المقاومة العراقية.

كما أن الانسحاب الأمريكي يملي عليها الانتقال من المقاومة إلى الدولة وهو يحتاج إلى تغيير شامل في الموقف المتعلق بالعلاقات الخارجية لأن المقاومة في حاجة إلى كسب الأصدقاء وتحييد المخالفين وليس افتعال الخصومات وصناعة الأعداء[١].

وأما ما يتعلق بالإعلان المقاوم فن المقاومة العراقية لا تزال مبتعدة عنه ، غافلة عن توظيفه ، على الرغم من استثمار خصومها له في التنفير منها، ولذا فعلى المقاومة العراقية التفكير الجاد في ذلك ، لاسيما أن المواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت تعد مجالاً خصباً لنشرها .

الحرب النفسية :

أدركت المقاومة العراقية أهمية الحرب النفسية وضرورة مواجهتها وقد قامت بعدة خطوات في ذلك وقد أشارات إحدى الدراسات بأن المقاومة اعتمدت الحرب النفسية وهي تقوم إضافة إلى العمليات العسكرية بإصدار البيانات الإعلامية وترد على الأوضاع السياسية وتبدو المقاومة تابعة لجهاز مركزي قوي [٢].

إنها تختار الأهداف التي تترك أثراً سياسياً وإعلامياً، ولها أبعاد في التأثير على معنويات القوات المحتلة .

حرصت المقاومة العراقية على توثيق عملها من خلال الصورة، لتؤكد قوة عملها ، ولتفند الأكاذيب التي يروجها خصومها وأعداؤها.

---

(١) التقرير الاستراتيجي لمجلة البيان ج٤ / ١٢١

(٢) التقرير الاستراتيجي لمجلة البيان ج٥/ ١٨٦ .

إنها تنأى بعملها عن أي هدف يؤلب الناس عليها ، أو يتخذه خصومها غرضاً للإساءة إليها .

أنتجت المقاومة العراقية إصدارات باللغة الانكليزية موجهة للرأي العام الأمريكي والغربي ، لكشف حقيقة ما يجري في العراق من جرائم وإبادات لمدن بأكملها ، ولكشف ما تتعرض له القوات المحتلة من مقاومة شرسة فتكت بالآلاف من جنود الاحتلال وآلياته ، ولتعريف الرأي العام العالمي بحقيقة رسالتها وأهدافها الإنسانية المشروعة.

الفصل الخامس

الممانعة الإعلامية - الإعلام العربي والإسلامي المستقل

(قناة الجزيرة والفضائيات الإسلامية أنموذجا)

لقد استغرقت منا الفصول السابقة الحديث عن الإعلام المقاوم وهو أحد شقي مفهوم المقاومة الإعلامية، وأما الشق الآخر فيتمثل بالإعلام العربي والإسلامي، وسمه إن شئت الحر أو المستقل أو الممانع، وهو الإعلام الذي يهدف إلى تحقيق مقصدين عظيمين هما:

تحرير الإعلام العربي والإسلامي من التبعية والهيمنة والاختراق الإعلامي بجميع صوره (الإخبارية والإنتاجية والأكاديمية).

تقديم المادة الإعلامية الأصيلة للعالمين العربي والإسلامي.

ولكون هذا الفصل يندرج ضمن القسم التطبيقي فإننا سنأخذ أنموذجين له وهما: شبكة الجزيرة لتحقيق المقصد الأول، والقنوات الإسلامية لتحقيق المقصد الآخر.

المبحث الأول

الإعلام العربي الحر- المستقل (شبكة الجزيرة أنموذجاً)

كان الإعلام العربي قبل عصر الجزيرة تابعاً للإعلام الغربي يستقي مادته الإخبارية من الوكالات العالمية، بل دخل التلفزيون الفضائي الدولي المنطقة العربية من دون استئذان، وراح عمالقة التلفزيون يتصارعون عليها من شبكة نيوز كوربوريشن إلى (BBC) التي تملكها الحكومة البريطانية، إلى (CNN) الأمريكية التي يديرها تيرنر، ولا تتمثل خطورة هذا الانفجار في التلفزيون في المنافسة فقط وفي صعوبة السيطرة عليه، وإنما في آثاره السياسية والأخلاقية[1]، وتغذيته للروح الاستهلاكية غير المبررة.

وكان الإعلام العربي مغرقاً بالأخبار الرسمية إلى ما يفوق الملل، مثلما تغرق مادته الإعلامية ببرامج الترفيه والتسلية من أفلام ومسلسلات وأغان وبرامج رياضية، لاسيما المستوردة، إذ تؤكد اليونسكو في دراسة لها أن التلفزيونات العربية تستورد من الدول الأجنبية ما بين ٤٠٪ و٦٠٪ من مجموع البرامج التي تروج ضمن التلفاز[2].

أما القضايا الجوهرية والمشاكل الكبرى التي تواجه المجتمعات العربية فيه من الخطوط الحمر التي ينبغي على الإعلام أن لا يتجاوزها، وإن تناولها فضمن الرؤية الرسمية ولسان حالهم يقول: (اتركوا لنا التفكير بالسياسة).

ومع الانفتاح العربي على القنوات الفضائية، إلا أن مراحله الأولى لا تشير إلى التحرر من هذه التبعية بل غلب عليها محاكاتها، أو بتسويق ما يواكب العصر من

---

(١) قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، د. نهوند القادري عيسى، بيروت – مركز دراسات الوحدة العربية، ط١ – ٢٠٠٨، ص ٥٦.

(٢) تأثير البث الفضائي والوسائل الالكترونية المتعددة في الإذاعة وفي ثقافة الطفل، عبد الوهاب بنو خنوفة، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد الرابع – ٢٠٠٤.

المظاهر الشرقية بقصد التمويل والإثارة، يقول نديم المنلا لصحيفة الحياة (٦/٥/ ١٩٩٨): إن فضائية المستقبل تخاطب الجمهور العربي من وجهة نظر ثقافية لبنانية، وموضوع الانفتاح على الغرب جزء من حياة اللبنانيين، وبالتالي نحاول وضع المتغيرات والمفاهيم الجديدة في قالب شرقي، وبالتحديد لبناني وننقله إلى الوطن العربي، ويصرح رئيس مجلس إدارة قناة (LBC) بيار الضاهر لصحيفة الحياة (٥/ ١٩٩٨/٦): إن (LBC) هي محطة تجارية ولسنا مقيدين بالضوابط الدينية والاجتماعية، بل إن صراعنا هو على الأفضلية، والعبرة في برامج المنوعات، بما يحاكي أذواق الناس، وتقول مقدمة برامج في قناة (MBC) لصحيفة الحياة (١٩٩٨/١١/٢٧): أصبح لنا صوت يرد على اللوبي الصهيوني، مع أم. بي. سي) نحاول تصحيح صورتنا لنبرهن للعالم أننا لسنا همجاً ولا إرهابيين.

تقول الدكتورة نهوند القادري: انبهر عدد من المراقبين في البدء بظاهرة الفضائيات العربية هذه، وراحوا يتوقعون منها أن تساهم في تعزيز التفاهم بين المجتمعات العربية، وأن تحترم خصوصيات بعضها البعض، وأن تكون فوق خلافات الأنظمة، وأن تحد من احتكار السلطات للمعلومات، وأن تؤمن للمواطنين وسائل مختلفة للاطلاع على ما يجري في العالم، لكن سرعان ما تبين أنها كانت توقعات مفرطة في التفاؤل، ينقصها واقع الحال لغاية الآن، ولعدة أسباب من أهمها غياب الرؤيا والتخطيط الاستراتيجي على المستوى الوطني[١].

ومن المفارقات أن الفضائيات الوافدة راعت خصوصيات المجتمعات التي تخاطبها، وتجد ضرورة ملاءمة رسائلها مع هذه الخصوصيات أكثر من المحطات الفضائية العربية، منطلقاً من شعار " التفكير عالمي، والتصرف محلي "، يقول أحد مسؤولي محطة (BBC) البريطانية الموجهة قنواتها تجاه المنطقة والمشتركة مع أوربت في قناة إخبارية لصحيفة الحياة (١٩٩٤/٧/١): ما نشدد عليه هو امتلاكنا حق

---

(١) قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، مصدر سابق ص ٦١.

تحرير الأخبار والمواد الوثائقية بالطريقة التي تلائم المجتمعات التي نبث إليها، فالـ (BBC) شديدة الحذر وحريصة على الأخذ بالاعتبار حساسيات الشعوب... تدرس الأوضاع الثقافية والحضارية والدينية لهذه المجتمعات بدقة قبل أن تقرر المواضيع والعناصر التي يشملها البث.

شبكة الجزيرة الفضائية: نشأة ومرجعية:

شكلت قناة الجزيرة الفضائية منذ ظهورها ظاهرة إعلامية لافتة، ونقلة في الإعلام العربي، يقول الكاتب الأمريكي مارك لينش أستاذ مساعد العلوم السياسية في جامعة ويليامز متحدثاً عن قناة الجزيرة: أعترف بأن الفكرة الشائعة عن الإعلام العربي التي تراه مجرد ببغاء للخطاب الرسمي المعتاد، لم تعد فكرة صائبة [١]، وعلى الرغم من حرصها على الظهور بمظهر عربي عام تمثل باستخدام اللغة العربية الفصحى، إلا إن جنسيات مقدمي برامجها متعددة، كما أن برامجها بعيدة عن المحلية، والتغطيات الواسعة تشمل كل القضايا العربية والإسلامية، وتعدد البرامج والوثائقيات والحوارات.

أسست قناة الجزيرة الفضائية في شهر تشرين الثاني/ نوفمبر ١٩٩٦، لتكون قناة إخبارية مستقلة تغطي من خلال نشراتها الأخبار العربية والدولية، وعلى الرغم من كونها تابعة للدولة إلا أنها تتمتع بحيز من الاستقلالية بحيث تفرز مكاناً لاتجاهات متباينة في تغطية ما يجري ولاسيما في البلدان المجاورة، وإن تسبب ذلك بأزمات مع كثير من الحكومات العربية، لقد اصطبغت القناة بالأنموذج القطري في إدارة وزير الخارجية محطة الجزيرة بطريقة تسمح بتعدد الاتجاهات وبالتنافس فيما بينها داخل المحطة[٢].

---

(١) الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام والمعلوماتية، مجموعة باحثين: ص ٦٨.

(٢) قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، مصدر سابق. ص ٧٤.

في عام ٢٠٠٦، تم الإعلان عن تحول قناة الجزيرة رسميا إلى شبكة تشمل قنوات متخصصة عدة، منها القناة الإخبارية باللغة العربية، وقناة الجزيرة مباشر، وقناة الجزيرة الوثائقية، وقناة الجزيرة الدولية باللغة الانكليزية، وقنوات الجزيرة الرياضية، فضلاً عن موقع الجزيرة – نت على شبكة الانترنت، أما قناة الجزيرة للأطفال التي انطلقت في أيلول ٢٠٠٥، وقناة براعم للصغار فستظلان خارج الشبكة.

لقد تمكنت شبكة الجزيرة بفضل تجربتها أن تغدو بمثابة أنموذج يتماهى به الكثير من الفضائيات العربية ولاسيما الإخبارية منها، فضلاً عن أنها تمكنت خلال عقد ونصف من الزمن أن تفرز طبقة جديدة من النجوم الإعلامية التي راحت تمارس سلطتها في الساحة العربية خصوصاً مقدمو البرامج الحوارية، وبدأت قنوات أخرى –حتى المنافسة لها– باعتماد أسلوب برامج الجزيرة، مقتنعة أن ما تقوم به منافستها الجزيرة جدير بالتكرار.

كذلك أفرزت طبقة من المحللين والخبراء العملاء لها الذين غدوا يتنقلون بين الفضائيات إلى درجة الاستهلاك، وأفرزت مجموعة من المراسلين الذين تمكنوا فيما بعد أن يرتقوا بعملهم إلى مراتب أعلى، فأصبح مراسلها وضاح خنفر مديراً للقناة، ومراسلها في موسكو أكرم خزام مدير محطة تلفزة التي أطلقتها روسيا الموجهة للعالم العربي وباللغة العربية[1].

ويمكن أن نقول: إن شبكة الجزيرة استطاعت أن تأخذ السبق والجودة والشد، في تحرير المشاهد العربي والإسلامي وحتى الأجنبي من التبعية للإعلام الغربي الموجه، ولاسيما المتعلق بقضايا عالمنا العربي والإسلامي وأحداثه ووقائعه، وكذلك من التبعية الأكاديمية وهيمنة الشركات متعددة الجنسيات على الإنتاج الإعلامي الذي يبثه الإعلام العربي، وان تحد أو تكشف طبيعة الاختراق

---

(١) قراءة في ثقافة الفضائيات العربية مصدر سابق ص ٧٨.

الإعلامي الذي كانت تمارسه وسائل الإعلام في وسائلنا وعقول أبناء أمتنا.

وعلى ضوء ما تقدم، يمكن أن نحدد أبرز وجوه المرجعية الإعلامية لشبكة الجزيرة وملحقاتها:

أولا: مرجعية التحرر من التبعية الإخبارية والإنتاجية السياسية :

التحرر الإخباري:

ويتجلى دورها في التغطية الإخبارية العالمية ولاسيما أخبار الدول العربية والإسلامية، من خلال شبكة واسعة من المراسلين المنتشرين في العالم، فهي تنقل الأحداث في أثناء وقوعها بالصوت والصورة، ومن موقع الحدث، وكانت عادة تأخذه من رؤية أطرافه أو من عاشه أو شارك في صنعه، وبذلك كشفت الأكاذيب والتضليل والتحريف الذي كانت تمارسه الشبكات العالمية في تغطيتها لأحداث المنطقة، وبدأت تحظى باحترام المتلقين وحرصهم على تشكيل رؤيتهم من خلالها لما رأوا في تغطيتها من المصداقية والموضوعية والدقة.

التحرر التحليلي والتفسيري:

من خلال سعة استضافتها للخبراء والمسؤولين وصناع القرار، وإثارة قضايا جوهرية تتعلق بمسائل كانت من المحرمات من المنظور الرسمي، فكانت الجزيرة بحق منبراً للتعبير عن الرأي والرأي الآخر، ولاسيما للمهمشين والمحظورين والمقاطعين إعلامياً بسبب مواقفهم المعارضة لسياسة الدول الكبرى وللأنظمة الحاكمة المستبدة، وفي مقدمة ذلك إفساح المجال للإسلاميين الذين كانت مواقفهم وآراؤهم مغيبة ومصادرة في وسائل الإعلام الرسمية.

التحرر في المصطلحات السياسية:

كان المتلقون فيما مضى يستقون ثقافتهم ومصطلحاتهم السياسية والإخبارية

من القنوات العالمية، ولاسيما التي لها قسم ناطق باللغة العربية، لعدم ثقة المتلقي العربي بقنواته الرسمية، أو لضعفها وقصورها في المحتوى والحرفية.

وكانت المؤسسات السياسية العالمية تغتنم ذلك بالترويج لمصطلحات لها مدلولات تخدم مشاريعها وتخدع التلقي العربي لتبنيها والانسياق ورائها.

فساهمت شبكة الجزيرة بإعادة التوازن في مسألة المصطلحات، وعملت جاهدة أن تسمي الأشياء بمسمياتها، وترجع المفاهيم إلى حقيقة مدلولاتها، على وفق الرؤية العربية، وبأدق على وفق مفهوم النخبة ذات العمق الشعبي والجماهيري (مثل الاحتلال والمقاومة والعدوان والغزو وجرائم الإبادة، والشهادة والاستيطان، والعمليات الاستشهادية، والمعارضة السياسية، والاستبداد، والتزوير... وغيرها).

وإن نجاح الجزيرة في ذلك أحرج بعض القنوات التي ادعت الاستقلالية، فقد وصفت صحيفة الفيغارو الفرنسية، قناة الجزيرة بأنها هي التي تضع المقاييس للمحطات العربية، وتعيد للذاكرة أنها هي قدمت بين المحطات العربية أول البرامج الدينية ذات الصبغة الأصولية الواضحة والتي جعلت من الشيخ القرضاوي أحد وجوهها الإعلامية ... وشددت الصحيفة على دور القناة في تكريس المنطق الاستشهادي أكان ذلك عبر المفردات المستعملة أو الصور المعروضة، هذا الموقف يجبر المحطات الأخرى كالعربية التي أرادت في بدايتها أن تتميز عن القناة القطرية أن تلجأ إلى المفردات والصيغ ذاتها كي لا تنعت أنها محطات متعاونة مع العدو.

التحرر في الإنتاج الوثائقي السياسي:

لم تكتف قناة الجزيرة الإخبارية بفتح ملفات الوثائق المتعلقة بقضايا سياسية وتاريخية حساسة لا تزال تداعياتها مؤثرة على الساحة السياسية، وذلك عبر برامجها المتميزة مثل شاهد على العصر، ومع هيكل تجربة حياة، وإنما أطلقت ضمن باقة شبكتها قناة الجزيرة الوثائقية لتأخذ مساحة أوسع في معالجة الوثائق والتاريخ السياسي.

وساهمت من خلال هذه القناة برفد المتلقي العربي والإسلامي بمجموعة من البرامج التي تجذبه عن برامج الشركات متعددة الجنسيات ذات الأغراض التغريبية والأبعاد الانهزامية في تشكيل شخصية المتلقي العربي.

ثانياً: مرجعية في التطوير المهني والأكاديمي:

التحرر من التبعية المهنية والأكاديمية:

لقد سلكت شبكة الجزيرة سبل عدة لتحرير الإعلاميين العرب والمسلمين من التبعية المهنية والأكاديمية للغرب، وذلك من خلال إقامة المؤتمرات والندوات والدورات الإعلامية، وبلغت ذروتها في تأسيس مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، بقصد المساهمة الفاعلة علمياً وعملياً في تدريب الكوادر الإعلامية وتطوير مهاراتها ورفع كفاءتها، ليس لدى شبكة الجزيرة فحسب وإنما لعموم العاملين في الحقل الإعلامي وفي مؤسسات إعلامية وغير إعلامية ذات صلة بالمجال الإعلامي عربياً وإقليمياً ودولياً[1]، وذلك تأصيلاً للمعرفة وتعميقاً للفهم وتطويراً للخبرة وارتقاء بمستوى الأداء الإعلامي وتحقيقاً للتواصل معه ومواكبة المستجدات وصولاً إلى التحرر المهني والأكاديمي من التبعية والهيمنة الغربية الموجهة.

أسس المركز في شباط ٢٠٠٤، وقدم خلال المدة السابقة أكثر من ٦٥٠ دورة إعلامية، استفاد منها أكثر من ٦٠٠٠ متدرب، محققاً معدلات غير مسبوقة في التدريب الإعلامي على مستوى المنطقة والدول المجاورة، بل إن المركز ساهم بشكل فاعل في تهيئة كوادر متكاملة لبعض القنوات الفضائية وأشرف على تأسيسها.

إن الإقبال الكبير الذي شهده المركز والشهادات بحقه تؤكد حاجة الإعلاميين (أفراداً ومؤسسات) للتدريب والتطوير الإعلامي ومواكبة التطورات المتلاحقة على

---

(١) الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، فارس عطوان ص٢٣.

مستوى الشكل والمضمون والإدارة والتكنولوجيا والمنافسة وحاجة السوق، وإزاء ذلك فإن المركز يقدم خدمات إعلامية عدة منها:

١- التدريب والتطوير الإعلامي في كافة المجالات والاختصاصات والفنون الإعلامية والأنماط الاتصالية.

٢- تقديم برامج إعلامية لتطوير أقسام الإعلام والعلاقات العامة في المؤسسات غير الإعلامية.

٣-تقديم الاستشارات والدراسات المرتبطة بإنشاء القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية، وتقديم الخدمات اللازمة لتطوير القائم منها.

٤-إقامة ورعاية المؤتمرات والندوات العلمية وورش العمل المتعلقة بالتطوير الإعلامي في مجالاته المختلفة.

٥- نقل خبراته إلى دول أخرى من خلال فتح مراكز تدريبية وتطويرية مشتركة مع بعض المؤسسات الرسمية وغير الرسمية في تلك الدول.

٦-عقد اتفاقيات تعاون مع مؤسسات إقليمية ودولية، بغية الاستفادة وتبادل الخبرات على مستوى تحسين الأداء الإعلامي سواء لشبكة الجزيرة والقنوات الأخرى المشاركة في دورات المركز، ومن أبرز هذه المؤسسات (مؤسسة طومسون – بريطانيا، والمعهد العالي للصحافة والمركز الدولي لتدريب الصحفيين – فرنسا، ومنظمة اليونسكو، وجامعة أوهايو في الولايات المتحدة الأمريكية، وجامعة مالتميديا في ماليزيا، ومؤسسة جيتراك في مصر).

وقد وضع المركز بعد أربع سنوات من عمله استراتيجية توضح طبيعة عمله وأهدافه وقيمه وما يطمح إليه من تطوير وتحسين الدور الإعلامي للقناة.

فقد أكد المركز على تبني القيم الجوهرية الآتية :

١- الشفافية .

٢- المحاسبة.

٣- الإنسانية.

٤- المهنية.

وحدد الأهداف الآتية :

١- التوسع جغرافياً في تقديم الخدمات التدريبية والاستشارية لتغطية منطقة الشرق الأوسط وجنوب شرق أسيا ووسط وشمال إفريقيا.

٢- صناعة مناهج تدريبية إعلامية بمعايير عالمية تحمل بصمات مدرسة الجزيرة الإعلامية.

٣- توسيع شبكة المدربين المتعاونين مع الجزيرة.

٤- بناء كوادر تدريبية جديدة من الطاقات الإعلامية الواعدة.

٥- تطوير البنية التحتية للتدريب والتطوير الإعلامي.

٦- السعي إلى تقديم مجموعة من الدبلومات المتوسطة والطويلة المدى، من أبرزها: (دبلوم الصحفي المتكامل، دبلوم الصحافة التلفزيونية، دبلوم الصحافة المطبوعة، دبلوم الصحافة الإذاعية، دبلوم العلاقات العامة).

وأما الجمهور المستفيد من المركز فهو:

١- شبكة الجزيرة بكل ملحقاتها.

٢- المؤسسات والمراكز الأكاديمية والإعلامية.

٣- المؤسسات والشركات التي تسعى إلى تطوير نشاطها الإعلامي.

٤- الجمهور المتخصص في الإعلام والراغبين في دخول مجال الإعلام.

٥- الالتزام العملي بالميثاق المهني الذي أقرته.

لقد أصدرت قناة الجزيرة ميثاقاً مهنياً موجزاً، وأبرز ما يميزه عن بقية المواثيق، هو التزام شبكة الجزيرة به وعدم التنصل من مواده العشرة.

وأخيراً اعتمدت قناة الجزيرة الفضائية في العام ٢٠٠٦م، ميثاق الشرف المهني سعياً منها لتحقيق الرؤية والمهمة اللتين حددتهما لنفسها وتضمن الميثاق البنود الآتية[١]:

١- التمسك بالقيم الصحفية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية ومصداقية وتنوع دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية على المهنية.

٢- السعي للوصول إلى الحقيقة وإعلانها في تقاريرنا وبرامجنا ونشراتنا الإخبارية بشكل لا غموض فيه ولا ارتياب في صحته أو دقته.

٣- معاملة جمهورنا بما يستحقه من احترام، والتعامل مع كل قضية أو خبر بالاهتمام المناسب لتقديم صورة واضحة واقعية ودقيقة، مع مراعاة مشاعر ضحايا الجريمة والحروب والاضطهاد والكوارث، وأحاسيس ذويهم والمشاهدين، واحترام خصوصيات الأفراد والذوق العام.

٤- الترحيب بالمنافسة النزيهة الصادقة دون السماح لها بالنيل من مستويات الأداء، حتى لا يصبح السبق الصحفي هدفاً بحد ذاته.

٥- تقديم وجهات النظر والآراء المختلفة من دون محاباة أو انحياز لأي منها.

٦- التعامل الموضوعي مع التنوع الذي يميز المجتمعات البشرية بكل ما فيها من أعراق وثقافات ومعتقدات وما تنطوي عليه من قيم خصوصيات ذاتية لتقديم انعكاس أمين وغير منحاز عنها.

٧- الاعتراف بالخطأ فور وقوعه والمبادرة إلى تصحيحه وتفادي تكراره.

---

(١) موقع الجزيرة نوك .

٨- مراعاة الشفافية في التعامل مع الأخبار ومصادرها والالتزام بالممارسات الدولية المرعية فيما يتعلق بحقوق هذه المصادر.

٩- التمييز بين مادة الخبر والتحليل والتعليق لتجنب الوقوع في فخ الدعاية والتكهن.

١٠-الوقوف إلى جانب الزملاء في المهنة وتقديم الدعم لهم عند الضرورة وخاصة في ضوء ما يتعرض له الصحفيون أحياناً من اعتداءات أو مضايقات والتعاون مع النقابات الصحفية العربية والدولية للدفاع عن حرية الصحافة والإعلام.

أنموذج لدور الفضائيات العربية في المقاومة الإعلامية:

يقال إن خير أنيس في العلوم مثال، ولذا نسوق مثالاً عن الدور الذي اضطلعت به الفضائيات العربية ولاسيما الإخبارية من مساهمة فاعلة في مواجهة العدوان الذي أصاب الأمة العربية والإسلامية ولاسيما احتلال العراق في عام ٢٠٠٣ من قبل الولايات المتحدة الأمريكية وحلفائها، ونسوق الإطار الدلالي للمصطلحات والمفردات التي استخدمتها الفضائيات العربية في تغطيتها لهذه الحرب.

ومثلما ساهمت التغطية الإخبارية للفضائيات العربية في الممانعة الإعلامية إلا أنها دلت على توجهات وانحيازات مختلفة الأحداث طبقاً للتوجهات السياسية أو الاستقلالية التي تتمتع بها، إذ ظهر ذلك في المفردات المستخدمة والإطار الدلالي الذي سيقت فيه هذه المفردات وذلك بدءاً من تسمية الحرب والتي كشفت عن هذه التوجهات فكل وسيلة قد اختارت منذ البداية نوع انحيازها باختيار الاسم الذي أطلقته على الحرب، فاختارت قناة الجزيرة تسمية "الحرب على العراق" وهي التسمية التي كانت أكثر انتشاراً في وسائل الإعلام العربية؛ واختارت محطة (LBC) تسمية "حرب على العراق"، بينما اختارت قناة العربية تسمية "حرب الخليج الثالثة" التي

تأخذ مسافة أبعد عن العراق وتظهر حيادية تستدعي التاريخ فبدت بعيدة عن الرأي العام العربي الذي رأى أن هذه الحرب تعد عدواناً سافراً، بينما أطلقت قناة أبو ظبي تسمية "الحرب" وفي قناة المنار عبرت التسمية عن نبرة أعلى من الرفض والإدانة مع التركيز على أمريكا وإغفال البلد العربي (العراق) إذ أطلقت على الحرب "العدوان الأمريكي" أما قناة المستقبل فاختارت عنواناً مثل "العراق في مهب العاصفة"، أما التلفزيون الأردني فقد بدأ بتسمية "الحرب في العراق" ولكن بعد بضعة أيام ومع تصاعد الحماس العاطفي للجماهير وتزايد نسبة الرفض لهذه الحرب تبدلت هذه التسمية لتصبح "الحرب على العراق"، كما لجأ التلفزيون الأردني إلى تعديل بعض المفردات في المضمون الإخباري واستخدم لأول مرة مصطلح "الغزو" والإدانة لما يلحقه القصف من دمار ولفظ "شهداء" مدنيين، فالموقف السياسي الأردني بدأ بلغة إعلامية متحفظة لا ترغب في التورط، وذلك في ضوء التقدير لمعركة كان يظن أنها معركة قصيرة وانهيار سريع للنظام العراقي، ولكن امتداد المعركة وقسوتها فرضتا تعديلاً على اللغة والمفردات المستخدمة.

لقد عمدت الفضائيات العربية التي اتخذت موقفاً مؤيداً للعراق، بصرف النظر عن دوافع هذا الموقف، إلى نقل كل ما من شأنه أن يطمئن المشاهد العربي بأن العراق سيكون مقبرة الغزاة، ومن ثمة فقد كانت الحرب بالنسبة لهم عدواناً أمريكياً بريطانياً على العراق يرمي إلى احتلال هذا البلد العربي ونهب ثرواته وتأمين أمن إسرائيل، ولذا حتى بعد سقوط النظام العراقي فإنها لم تتخل عن المقاومة العراقية التي انطلقت بعد احتلال بغداد مباشرة، على الرغم من المضايقات التي تعرضت لها لاسيما من القيادة الأمريكية التي أحرجها هذا الاتجاه الإعلامي، وخير من يمثله قناة الجزيرة[1].

---

(١) سنذكر شواهد على هذه الممارسات في الفصل السادس الذي يتحدث عن السياسات التي اتبعتها الإدارة الأمريكية تجاه قناة الجزيرة وغيرها، كما ننوه أن كثير من الدول العربية قامت بالتضييق على قناة الجزيرة ، مثل إغلاق مكاتبها واعتقال مراسليها والاعتداء عليهم بالضرب ومصادرة أجهزتهم وأدواتهم الاعلامية .

كما استجابت بعض الفضائيات لتوجهات الرأي العام العربي مما عرض بعضها للارتباك، منها قناة العربية التي استخدمت في بداية الحرب على العراق كلمة قتيل عراقي وقتلى عراقيين، ولكن عندما لاحظت أن المشاهد العربي يريد مصطلح شهيد وشهداء قامت بتغيير هذه المصطلحات، وفي المقابل لم يتردد التلفزيون السوري منذ بدء الحرب في وصف عدوان ومعتدين على الحرب وانحاز إلى الجانب العراقي في التغطية، وتوضيح الصورة للمشاهد العربي.

وفي إطار التحليل الدلالي للمفردات المستخدمة والتي ركزت عليها الفضائيات العربية ذهبت بعض الدراسات إلى التأكيد على استخدام الفضائيات العربية لاسيما قناة الجزيرة لإطار دلالي للمفردات يعكس الصورة الذهنية المطابقة للواقع، مما يعني عدم سعي هذه القنوات إلى تقديم صور ذهنية بعيدة عن الواقع، وإنما نقلها كما هي من دون تحيز أو تلوين(1).

استقطاب الجمهور العربي إنجازاً:

كان المشاهد العربي والإسلامي أسير القنوات والمحطات الأجنبية لاسيما الإخبارية ومنها الموجه باللغة العربية، أو أسير الإعلام العربي الرسمي ، وعلى الرغم من تحفظاته على هذين المصدرين، إلا أن حاجته وإشباعاته تدفعه إلى متابعتهما .

ولكن مع انطلاقة القنوات الفضائية العربية تحرر المتلقي العربي والإسلامي من تبعية وهيمنة هذين المصدرين ، ولو عدنا إلى بعض الدراسات لوجدناها تؤكد ذلك ففي دراسة عن الإعلام العربي وأحداث ١١ أيلول جاءت قناة الجزيرة في مقدمة الفضائيات العربية من حيث اعتماد الصفوة عليها كمصدر للمعلومات عن أحداث ١١ أيلول منذ اندلاعها وعلى مدار مراحل التطور التي مرت بها ،

---

(١) ينظر الإعلام والأزمات المعاصرة، هويدا مصطفى، الهيئة المصرية للكتاب -- القاهرة، ط١ – ٢٠٠٩، ص ١٢٨، نقلاً عن دراسة معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية، لإيمان نعمان جمعة، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الإعلام جامعة القاهرة ٢٠٠٣.

وأكدوا أن من أهم أسباب الاعتماد على قناة الجزيرة لمتابعة الأحداث هو ما تتمتع به القناة من حرية لكونها قناة خاصة مقامة في منطقة حرة ولديها شبكة قوية من المراسلين المحترفين و٣٥ مكتباً (آنذاك) في جميع أنحاء العالم يتصرفون بحرية كبيرة في متابعة وتغطية الأحداث، والسرعة في نقل الحدث، واحترام عقلية المتلقي وارتفاع درجة المصداقية، وعدم خضوعها لحسابات سياسية في بث ونشر التقارير والأخبار، ولتميز كادرها الاعلامي[١].

وفي دراسة وصفية أشادت العينة بأداء القنوات الفضائية العربية من حيث الكفاءة المهنية والجدية وما حققته من كسر الاحتكار الغربي في التغطية الإخبارية الذي شهدته حرب الخليج الثانية من خلال الاعتماد على شبكة CNN الأمريكية ، مما أبرز قدرة الفضائيات العربية على المنافسة العالمية إذ أصبحت مصدراً رئيساً للفضائيات العالمية ووكالات الأنباء، واستطاعت أن تنقل صورة حية للأحداث وكذلك ردود أفعال الرأي العام العالمي من خلال الاعتماد على شبكة من المراسلين المدربين والمزودين بإمكانيات تكنولوجية وأحدث الأجهزة في مجال البث[٢].

جدول(١) أسباب اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية العربية كمصدر للمعلومات

ت	السبب	النسبة المئوية ٪
١-	تمتاز بالسرعة في تناول الأحداث	٣٢,١

(١) المصدر السابق ص ٨٥ -٨٦ .

(٢) قناة الجزيرة وصراع الفضائيات ، رحيم مزيد ، القاهرة – الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ، ط١- ٢٠٠٣ ، ص ٢٩ .

٢-	تمتاز بالموضوعية والمصداقية في تناول الأحداث	٣٠,١
٣-	تربطنا بالعالم الخارجي	٢٧
٤-	تتفق مع توجهاتي السياسية	١٠,٨
المجموع		١٠٠٪

وانتقل تأثير القنوات العربية إلى الشارع الغربي وبمنافسة غير مسبوقة مع الإعلام الغربي، إذ أشارت دراسات حول التغطية الإخبارية لحرب الخليج الثانية إلى أن قناة الجزيرة كسبت ٤ ملايين مشترك جديد في أوروبا[1]، وأشارت استطلاعات الرأي في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن ٨٠٪ من الأمريكيين قد لجؤوا إلى وسائل إعلام غير أمريكية لمتابعة أحداث الحرب بما في ذلك الفضائيات العربية[2].

جدول (٢) وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور العربي في الحصول على المعلومات[3]

ت	الوسيلة الإعلامية	النسبة المئوية ٪
١-	القنوات الفضائية العربية	٦١,٨
٢-	وسائل الإعلام المحلية	١٢,٧

(١) دور الإعلام في الحرب على العراق، إلفت حسن آغا، ينظر العدوان على العراق خريطة أزمة ومستقبل أمة، تحرير حسن نافعة ونادية محمود مصطفى، القاهرة – مركز البحوث والدراسات السياسية، ط١- ٢٠٠٣، ص ٣١٦.

(٢) كيف ينظر الإعلاميون إلى الحرب الأمريكية على العراق، موقع جريدة الوطن في عدد الصادر يوم ٢٠٠٣/٣/٢٣.

(٣) المصدر الإعلام والأزمات المعاصرة ص ٢٦٥.

٣-	الصحف والمجلات العربية	٧,٥
٤-	الإذاعات العربية	٦
٥-	الانترنت	٥,٢
٦-	الفضائيات الأجنبية	٤,٢
٧-	الإذاعات الأجنبية	١,٢
٨-	الصحف والمجلات الأجنبية	١,٢
المجموع		١٠٠ ٪

وأما عن طبيعة البرامج التي يفضل مشاهدتها ومتابعتها المتلقي العربي ، فقد توصلت دراسات عدة(١) إلى ارتفاع نسبة تفضيل المتلقين للنشرات الإخبارية ومن ثم البرامج الإخبارية والسياسية ، في حين احتلت البرامج الدينية المرتبة الثانية ، تليها الدراما العربية ومن ثم البرامج الثقافية.

(١) ينظر الدراسات الآتية : دراسة الدكتورة هويدا مصطفى (الإعلام والأزمات المعاصرة ص٢٧٦)، ودراسة عبد العزيز السيد ومها الطرابيشي (تأثير التعرض للقنوات الفضائية العربية الإخبارية على الثقافة السياسية للجمهور المصري ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الخامس ، العدد الثاني ص ٢٠٣) ،وهما عن المجتمع المصري ، ودراسة حمزة بيت المال عن المجتمع السعودي (استقبال القنوات الفضائية في المملكة العربية السعودية ، مجلة تلفزيون الخليج - الرياض ، العدد الرابع ص ٥٠) ، ودراسة د. طه الزيدي ود. حسين عليوي عن المجتمع العراقي (تأثير القنوات الفضائية على المجتمع (العراق أنموذجاً) إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، ٢٠١١ ، ودراسة بكر محمد إبراهيم عن المهاجرين العرب في أمريكا وبريطانيا (الإعلام العربي عبر الأقمار الصناعية ، دراسة استكشافية لتعرض المهاجرين العرب للقنوات الفضائية ، إصدارات مركز البحوث بكلية الآداب ، جامعة الملك سعود ، ١٩٩٨).

المبحث الثاني

الإعلام الإسلامي الهادف

انطلقت القنوات الفضائية التي تخضع مضامينها إلى ضوابط الشريعة الإسلامية أو ذات الطبيعة الدعوية أواخر تسعينيات القرن الماضي، لتشكل نقلة نوعية في الخطاب الإسلامي الهادف بعيداً عن الصبغة الرسمية التي كانت تقيد برامجه في القنوات العامة، وبدأت هذه القنوات باستقطاب الجماهير التي وجدت فيها متنفساً لتلقي المعارف الإسلامية ولاسيما الفتاوى، واستطاعت على الرغم من قصر عمرها في عالمنا أن تؤتي ثماراً يانعة وطيبة، تجلت في تحرير المتلقي العربي والمسلم من التبعية للإعلام الغربي الموجه لمسخ الشخصيتين العربية والإسلامية، كما أنها أصبحت وسيلة ضغط جماهيري للإصلاح والتغيير في الساحة الاجتماعية وصولاً إلى الساحة السياسية، واستطاعت أن تغير بعض الأنظمة العربية، وأثرت في سياسات الأنظمة الغربية، مما جعلها تعمل حساباً لهذه القنوات، وعملت بعض هذه القنوات على إثارة قضايا عالمنا العربي والإسلامي في المجتمعات الغربية، واستقطبتها للتفاعل معها، داخل العالم الإسلامي وخارجه، وتعريفهم بالرموز الإسلامية وتقديم العلماء والمفكرين والدعاة إليهم ؛ على أن بعض هذه القنوات، أو بعض برامجها بحاجة إلى مراجعة وترشيد حتى لا تؤثر الانفعالية والأغراض التجارية في مسيرتها الإعلامية وحفاظها على القيم(1).

ونتيجة اشتداد الصراع الديني تحاول أغلب القنوات الإسلامية تجنب الاحتكاك الديني والطائفي، يذكر مدير البحوث الاعلامية في قناة المجد محمد الحريف عن مسألة عدم استضافة الشيعة أو غير المسلمين في برامجها لتجنب أي نوع من الصدام: شعارنا في البث هو عدم التسبب بأي غليان ديني عند الحديث عن الإسلام، ويضيف: لا نهاجم المسيحية ولا نذكر الشيعة، نحن قناة سنية

---

(1) الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مجموعة باحثين، ص ١٠.

معتدلة[1].

دوافع زيادة القنوات الإسلامية:

من المسائل التي وقف عندها الباحثون والقائمون على القنوات الفضائية ذات التوجه الإسلامي، ما الدوافع والأسباب وراء تزايد أعداد القنوات الإسلامية، وكذلك زيادة إقبال الجمهور عليها، ويمكن أن نحدد دوافع وأسباب عدة:

١- التقدم التقني لوسائل الاتصال، ولاسيما في الفضاء المفتوح، وعدم القدرة على منع هذه التقنية من الانتشار بين الناس.

٢- الصحوة الإسلامية التي ألقت بظلالها على المجتمعات العربية، ودفعت كثيراً من الناس إلى العودة الحميدة إلى الدين الإسلامي الحنيف لاسيما في الوسط الشبابي وفي أوساط النخب، وهؤلاء كانوا حريصين على معرفة دينهم من مصادره الموثوقة.

٣- التطورات السياسية التي تشهدها المنطقة منذ عقدين وكانت ثمرتها صعود الإسلاميين وبزوغ نجمهم السياسي في بعض البلدان العربية، كما أن بعض الأنظمة السياسية الحاكمة في البلدان العربية لم تعد تنظر إلى الإعلام الإسلامي كخصم يستدعي الإقصاء، واضطرار بعض الأنظمة أمام الفضاء المفتوح السماح لمساحة من الحرية السياسية والدينية النسبية.

٤- التنافس السياسي والاقتصادي بين الدول والشخصيات، إذ إن إنشاء بعض القنوات الإسلامية كان بقرارات سياسية؛ ودوافع اقتصادية.

٥- التدخلات العسكرية الغربية في المنطقة، ووقوف التيار الإسلامي بوجهه من خلال مقاومة إسلامية مشروعة حظيت باحترام الشعب العربي، وفرضت

---

(١) قراءة في ثقافة الفضائيات العربية ص ١٣٢.

نفسها على المشهد السياسي، ولاسيما بعد احتلال أفغانستان والعراق.

٦- تطور الصراع الديني والطائفي ولاسيما في بعده السياسي، مما دفع أطرافه إلى التحشيد الإعلامي سبيلاً للدعاية والحرب النفسية.

٧- بروز شخصيات إسلامية جماهيرية مؤثرة، ذات توجه اجتماعي، استطاعت استقطاب شريحة واسعة ولاسيما الشباب والنساء.

٨- الانحدار الكبير الذي شهده الإعلام العام (الرسمي والتجاري)،إذ مارست كثير من القنوات العربية الفضائية دوراً بديلاً عن القنوات الغربية فهي مشوهة الهوية، منقطعة الجذور عن واقعها العربي الإسلامي، وهي بالمقابل تدعو تصريحاً أو تلميحاً إلى الفكر والثقافة الغربية في أثناء تعاملها مع الأحداث بل وتتخذ في الكثير من برامجها المجتمع الغربي بحسناته وسيئاته نموذجاً وقدوة يجب على العرب أتباعها من دون التفات إلى ثقافتنا وتاريخنا وجذورنا البعيدة مما دفع الجمهور بعد إفاقته من بريقه إلى العزوف عنه والإقبال على الإعلام الملتزم الهادف.

٩- الدور السيئ الذي مارسته القنوات العربية تجاه الإسلام والقيم الاجتماعية الأصيلة، فأكثر القنوات العربية تتعاطى مع الإسلام على أنه تراث ومسألة تراثية ليست له علاقة بواقعنا اليوم بل وتتعرض لجوانب إسلامية أو عقائدية عدة وإظهارها بالمظهر السيئ وغير الملائم كالإشارة الواضحة إلى قسوة المسلم الملتزم بدينه أو التعريض بسلوكه أو مظهره وكذلك تشويه صور العلماء والدعاة بإظهارهم محطات للسخرية أو لامتصاص منافع الناس وهذا يحصل في الدراما العربية بشكل عام(١).

١٠- وأغلبها أهمل عرض العقيدة الإسلامية وبيان حكم الكثير من الأمور

(١) الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مصدر سابق ص ٢٩٢

والتصرفات والأحداث ضمن رؤية العقدية الإسلامية إذ أصبح شائعاً في الدراما العربية المقدمة في الفضائيات رؤية ما يخالف العقيدة الإسلامية كتعاطي السحر والاتجار بالمحرمات والتبرك بالأحجار والطواف بالقبور وممارسة الشهوات علناً كالتقبيل أو نحوه وفضح ستر المرأة بالتبرج والسفور والدعوة إلى زجها في ميادين حياتية ليست مكلفة بها.

١١- كما أن كثيراً من الفضائيات العربية عملت على تسطيح وتهميش فكر المشاهد العربي وذوقه وذلك بمتابعة قضايا ليست ذات بال أو أهمية في حياته اليومية وأن ذلك يكون على حساب ترك القضايا الكبرى التي تعيشها الأمة الإسلامية متمثلة في التحدي المعادي بحضارتها وشريعتها وقيمها بل وباستهدافها الواضح والمعلن فكرياً وعسكرياً.

مواصفات وتصنيف القنوات الإسلامية:

لقد حدد كثير من الإعلاميين المهتمين بالإعلام الإسلامي مواصفات للفضائيات الإسلامية حتى تحقق الأهداف المرجوة منها ؛ إذ يرى د. نبيل حماد المدير السابق لقناة اقرأ، مواصفات الفضائية الإسلامية تنحصر بـالآتي[1]:

١-لا بد أن تؤسس على أسس الإسلام وأركانه وتتوافق مع المفاهيم الإسلامية أن تبثها وتدعو لها، أي لا بد أن تكون لهذه القناة ضوابط شرعية تسير عليها.

٢- تخاطب المجتمع كله الرجل والمرأة والطفل وجميع شرائح المجتمع بل تحاول أن يكون خطاباً بأكثر من لغة.

٣-أن تتوخى القناة إعداد برامج مصحوب بعناصر الجذب والتشويق، وأن تطرح البرامج التي يحتاجها الناس فعلاً وبذلك تتجنب ما تفعله معظم

---

(١) أثر الفضائيات العربية في تحسين صورة العرب والمسلمين، محمد معوض إبراهيم، - دار الكتاب الحديث- القاهرة ، ينظر الإعلام الإسلامي الواقع والطموح ص ٢٩٩.

الفضائيات اليوم في أنها تخاطب رغبات الناس وتنسى حاجاتهم.

٤-استغلال الطاقات والمواهب العربية والإسلامية في مجالات الإعلام الإسلامي وتوظيفها لخدمة أهداف القناة.

٥-أن تخاطب العقل و العاطفة معاً وأن تسعى لتكون منبراً حراً شريفاً لجميع المنظمات الإسلامية ذات العقيدة السليمة.

٦-عدم إهمال لغة العصر الإعلامية المسماة: صناعة النجوم، أي خلق القدوات الصالحة وأهل الرأي الحق في قالب دعوي محبب للنفس.

٧-الذكاء في معالجة بعض القضايا الخلافية الشرعية والسياسية واعتماد أسلوب المعالجة والتورية بدلاً من الفضح والتعرية.

وترى الإعلامية هيفاء الكيلاني أن أهم النقاط التي يجب أن تنهض عليها الفضائية الإسلامية هي:

١-الاهتمام بإنماء الثقافة العربية الإسلامية وكل ما يصب في اتجاهها.

٢-تدعيم الشخصية الإسلامية وإبراز خصائصها.

٣-تسليط الضوء على الإمكانات الغزيرة في بيئتنا ومجتمعنا.

٤-الاهتمام الخاص بالجماليات الإسلامية في كل دولة.

٥-تقديم الخبرة الإخبارية الشاملة والواعية.

٦-تقديم الترفيه البناء والمتعة والتشويق التلفزيوني في الأطر التي تخدم العقيدة وتبتعد عن الإسفاف تحقيقاً لمقولة: (ندخل بيوتكم نحن الأمناء).

أما د. مالك الأحمد فيرى أن مواصفات الفضائية الهادفة هي:

١-اعتماد الرؤية الإسلامية فيما تقدمه يعني انضباطها بضوابط الدين لا أن تقدم فقط برامج دينية.

٢-أن تكون شمولية فيما تطرح فلها براجها: التربوية والدينية والثقافية فضلاً عن المواد الترفيهية بضوابط إسلامية.

٣-عمومية القناة فهي تخاطب الجميع وأن تمتاز لغة خطابها بالبساطة والعمومية وتستهدف المشاهد العادي، ولا بأس بوجود القليل منها مما يستهدف المثقفين.

٤-تنوع البرامج المطروحة فيها من حيث المستهدف وطبيعة المحتوى وأسلوب العرض ومنوعة من حيث التقنيات المستخدمة.

٥-أن تساهم في إغناء الدور التوعوي لدى المسلمين بقضايا أمتهم والتحديات التي تواجه مشروعهم الحضاري.

٦- أن لا تتبنى فكراً أو اتجاهاً فكرياً واحداً بل ينبغي أن تكون حرة ذات رؤية واضحة ومحددة في القضايا التي تطرح.

٧-أن تكون القناة حرة مستقلة، أي غير مرتبطة بجهة رسمية أو حكومية عربية، لأن ذلك كفيل بأن يحبط المشروع كله.

تصنيف القنوات الإسلامية :

لقد تنوعت القنوات الإسلامية ويمكن أن نرصد ثلاثة اتجاهات لها:

١-قنوات إسلامية شاملة: تضم فنوناً إعلامية متنوعة ومن ضمنها البرامج الإخبارية، مثل قناة المجد العامة وقناة اقرأ إلى حد ما.

٢-قنوات دعوية متنوعة: وتبنت الخطاب الدعوي من خلال برامج دعوية متنوعة في أساليب تقديمها (حوارات - دراما - محاضرات - وثائقيات)، وتفتقر إلى المواد الإخبارية، مثل قناة الرسالة.

٣-قنوات تنتهج منهجاً واحداً في تقديم برامجها، مثل الاقتصار على بث تلاوات

من القرآن الكريم كقناة الفجر والمجد الثالثة، العفاسي، أو الأحاديث النبوية كقناة المجد التاسعة، أو المحاضرات مثل قناة الناس والرحمة والحكمة ووصال.

الأهداف والسياسات الدولية للفضائيات الإسلامية:

كانت قناة اقرأ الفضائية فاتحة الفضائيات الإسلامية، وقد بدأت بثها على الهواء مباشرة في ١٩٩٨/١٠/١٢م الموافق لشهر رجب ١٤١٩هـ وتعود ملكية القناة إلى مؤسسها الشركة الإعلامية العربية وهي شركة مساهمة مشتركة، وجاء في الأهداف التي أعلنتها الشركة المؤسسة لهذه القناة أنها(١): تهدف إلى مناقشة القضايا الدينية والاجتماعية والتربوية والاقتصادية والسياسية بموضوعية وشمولية مستندة على قاعدة كتاب الله وسنة نبيه محمد عليه الصلاة والسلام، وتهدف إلى تلبية حاجات جميع الناطقين باللغة العربية على امتداد خارطة العالم.

وإنها تسعى إلى تقديم إعلام هادف ومميز يلبي حاجات المشاهدين من خلال مجموعة متنوعة من البرامج الجادة التي تمس حياتهم وتتناول اهتماماتهم الروحيّة والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وتشبع رغباتهم الإنسانية من منظور إسلامي وتقديمها برؤية عصرية، أكدت على أنها بادرة رائدة لرسم الملامح العربية العريقة وتأكيد الهوية الإسلامية السمحة.

ورسم القائمون عليها سياستهم الإعلامية في القناة مؤكدين على أنها: عالمية التوجه، ووسطية المنهج، وشمولية الأهداف، وتنوع المضمون والموضوعية في الخطاب والمصداقية وفي المعالجة والتشويق في العرض(٢).

استقطاب المتلقي العربي المسلم:

على الرغم من قصر عمرها مقارنة بالقنوات الفضائية الإخبارية والعامة ، إلا

---

(١) ينظر: موقع قناة اقرأ على الإنترنت www.iqraatv.com

(٢) قراءة في ثقافة الفضائيات العربية ص ١٣١.

أن القنوات الدينية الإسلامية شكلت ظاهرة ملفتة واستطاعت أن تفرض حضورها المؤثر على الساحة الإعلامية ونافست القنوات الإخبارية في استقطاب المتلقي العربي حيثما كان ، كما حظيت البرامج الدينية باهتمام الجمهور العربي وهذا ما دفع إلى انتشارها سواء في القنوات المختصة أو العامة وحتى الإخبارية ، بل فرضت على الدراما الاهتمام بالقضايا والشخصيات الإسلامية (حتى التي هي مثار الجدل التاريخي).

وتميزت الفضائيات الإسلامية بقدرتها على تحريك الشارع العربي والإسلامي ، وتعد هذه الفضائيات أهم أسباب اندلاع الثورات العربية ، ومن ثم ارتفاع رصيد الحركات الإسلامية في المشهد السياسي فحصدت أكبر نسبة في الانتخابات البرلمانية التي تلت الربيع العربي.

الجدول(٣) القنوات الفضائية العربية المؤثرة على المجتمعين العراقي والمصري[1]

القناة	المجتمع النسبة المئوية العراقي ٪	القناة	المجتمع المصري النسبة المئوية ٪
الجزيرة	٣٢،٠٣	الجزيرة	١٤,٦
العربية	١٥،٤٤	MBC	٩,١
المجد	١٢،١٣	العربية	٦,١
الرسالة	٨،٧٤	اقرأ	٦
الناس	٨،٦١	الناس	٥,٥
اقرأ	٦،٨٩	دريم	٤,٧

(١) بالنسبة للمجتمع العراقي ينظر دراسة تأثير القنوات الفضائية العربية على المجتمع العراقي ، د. طه الزبيدي ود.حسين عليوي ، مصدر سابق ص ٦٧ ، وبالنسبة للمجتمع المصري ينظر : الإعلام والأزمات المعاصرة ، د. هويدا مصطفى ، مصدر سابق ، ص ٢٦٨ .

المستقلة	٢،٦	المنار	٤,٧
العفاسي	٢،٣٦	الفضائيات المصرية	٤,٣
الجزيرة الوثائقية	١،٩٤	المحور	٤,١
الشارقة	١،٥٤	art	٤
الرحمة	١،٣٢	قناة دبي الفضائية	٣,٧
الفجر	١،١٧	LBC	٣,٦
الأقصى	٠،٧٤	الرسالة	٣,٦
القدس	٠،٥٢	المجد	٣,٤
أبو ظبي	٠،٤٧	الفضائية الفلسطينية	٢,٦
العالم	٠،٤	قنوات روتانا	٢,٦
MBC	٠،٢٧	أبو ظبي الفضائية	٢,٤
الحوار	٠،٠٣	العالم	٢,٢
أخرى	١،٢١	أخرى	١١,٩

الفصل السادس

السياسات الإعلامية الأمريكية المضادة بعد ٢٠٠٣ وسبل مواجهتها

كان الإعلام الأمريكي يمثل الأنموذج للإعلام الحر ، وكان يمثل المحك والمعيار لتقييم الأوضاع الإعلامية في بلدان العالم ، أو هكذا كان يبدو ، وجاءت الحرب الأمريكية على العراق في عام ٢٠٠٣ ، لتكشف أو لتؤكد الوجه الحقيقي والأيادي الخفية التي كانت تتولى الإدارة الحقة لوسائل الإعلام أو على الأقل رسم سياساتها ودستورها الإعلامي.

لقد شهدت الساحة الإعلامية المحلية والعربية ظاهرة استبداد إعلامي تولت كبره الولايات المتحدة الأمريكية ، وإذا كان بعض الباحثين يعزو ذلك إلى الهيمنة الإعلامية الغربية ومنها الأمريكية وضعف الإعلام المحلي والعربي أو تبعيته ، فإننا نرى من خلال مطالعاتنا وقراءاتنا وبحثنا سواء في المدونات الإعلامية أو الواقع، أن من أهم أسباب الاستبداد الإعلامي هو هيمنة المؤسسات الأمريكية الرسمية (السياسية والعسكرية) على النشاط الإعلامي ورسمها لسياسات إعلامية كانت لها تداعيات على أكثر من مشهد ، ولذا يبرز لدينا تساؤلان هما: ما هي أبرز السياسات الإعلامية التي اتبعتها الإدارة الأمريكية قبلَ وبعدَ احتلال العراق وتداعياتها على القيم الأمريكية التي لطالما تشدقت بها؟ وما سبل مواجهتها من قبل المقاومة العراقية ووسائل إعلامنا المحلي والعربي؟ .

وللإجابة الإعلامية: نسلط الضوء على قراءة تاريخية للإعلام الأمريكي لاسيما في أزمنة الحروب لتبيين العقلية الحربية التي حكمت الإدارات الأمريكية منذ التأسيس وحتى يومنا هذا، ثم تحديد أبرز السياسات الإعلامية التي رسمتها المؤسسة الأمريكية الرسمية (السياسية والعسكرية) فيما يتعلق بالمعلومات والمصطلحات والرأي العام والحرب النفسية والشائعات، ثم نختم

الفصل بإيراد أهم سبل مواجهة تلك السياسات وإفشال مخططاتها من قبل المقاومة العراقية ومؤسساتها الإعلامية.

مفهوم السياسات الإعلامية (information policies):

السياسات الإعلامية : هي مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والتي عادة تشتق من شروط الفكر أو الأيديولوجية السياسية والقيم التي ترتكز إليها في بلد ما[1].

ونقصد بها في هذه الدراسة : مجموعة القواعد التي اتبعتها المؤسسة الأمريكية الرسمية في توجيه النظام الإعلامي الداخلي والخارجي قبل احتلال العراق وأثناءه وبعده، لا سيما في التعامل مع المعلومات والمصطلحات والرأي العام.

---

(١) معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي للدكتور طه أحمد، دار الفجر -بغداد، دار النفائس - عمان، ط١/ ٢٠١٠، ص ١٥٨.

المبحث الأول

- الإعلام والحروب الأمريكية

قبل أن نفصل في الأمر لا بد أن نقف عند مسألة تتعلق بتاريخ أمريكا العسكري وإن شئت فسمه الدموي، فقد خاضت أمريكا منذ تأسيس دولتها إلى اليوم ما يزيد عن ٣٠٠ حرب داخلية وخارجية - سيأتي ذكر أبرزها- ، وكثيراً ما فرضت سياساتها عن طريق القوة، كما أن ٢٠ من رؤسائها ٤٤ يحملون صفة عسكرية أو خاضوا معارك عسكرية ، وهذا يدل على العقلية العسكرية التي تحكم الإدارة الأمريكية ، بل أنها شهدت أزمات أودت بحياة بعض الرؤساء عند عزوفهم عن اتخاذ قرارات ذات طابع مسلح في فض النزعات وحل الأزمات ، كما أن تجار السلاح من أكثر المؤثرين على القرار الأمريكي وقبله سير انتخابات الكونكرس والانتخابات الرئاسية.

وقد بيَّن المنهجيةَ الدموية لأمريكا أحد وزرائها، فحينما انتقد الرئيس الأمريكي بوش القيادة العراقية بقوله: إن العراق غزا بلدين خلال السنوات الاثنتين والعشرين الماضية، علق عليه رامزي كلارك وزير العدل الأمريكي الأسبق والمناهض لاحتلال العراق بقوله: إن أمريكا في هذه المدة نفسها غزت أو اعتدت مباشرة على (غرانادا ونيكاراكوا وليبيا وبنما وهاييتي والصومال والسودان والعراق ويوغوسلافيا وأفغانستان)، وساعدت عمليات غزو لأقطار عديدة في العالم[1]، وهكذا نتوصل إلى أن الحرب منهجية أمريكية.

أولاً: الإعلام والحروب الأمريكية:

في عام ١٨٤٦ دخلت الولايات المتحدة الأمريكية حرباً مع المكسيك وكانت

---

(١) في رسالة بعث بها إلى أمين عام الأمم المتحدة في ٢٠ أيلول ٢٠٠٢ ، ينظر العرب والإعلام الفضائي ص ٨٥.

أولى الحروب الأمريكية التي تولى تغطيتها مراسلون محترفون من على الخطوط الأمامية ، وإذا كانت الصحافة الأمريكية قد دعمت هذه الحرب حتى قالت صحيفة يوسطن تايمز "إن انتصاراً أمريكياً لا بد أن يكون نعمة إلهية عظيمة "، ولكن الحرية التي تمتع بها المراسلون آنذاك جعلت بعضهم ينقل المآسي التي صاحبت هذه الحرب إلى الرأي العام الأمريكي مما مهد الطريق أمام نشوء حركة أمريكية نشطة مناوئة للحرب ضمت في صفوفها أشخاصاً مثل هنري ديفيد ثورو وأبراهام لنكولن ، وقد اعتمدت في عملها على الرسائل الإخبارية التي يبعثها المراسلون ، وهذا الأمر دفع إلى إنهاء الحرب بعد عامين ١٨٤٨ ، وفازت أمريكا بأقل مما تستحق كما عبر قادة الدعوة لهذه الحرب[1].

وعندما اشتعل فتيل الحرب الأهلية الأمريكية (١٨٦١ – ١٨٦٥) كانت صناعة الصحافة قد بلغت درجة عالية من الازدهار، فقد بعثت الصحف الشمالية ٥٠٠ مراسل إلى ميادين القتال، وأنفقت صحيفة نيويورك هيرالد وحدها التي أوفدت ٦٣ مراسلاً لتغطية أحداث هذه الحرب مليون دولار لسد نفقات تغطيتها ، مما جعل بعض الصحف تحصل في أحايين كثيرة على رسائل إخبارية عن المعارك الدائرة على جبهات القتال حتى قبل أن يتسنى للمسؤولين الحكوميين في واشنطن تسلم تقارير عنها من الضباط الميدانيين، إن إرسال هذا العدد الكبير من المراسلين فإنهم بطبيعة الحال لم يكونوا على مستو واحد من المهنية يقول فلييب نايتلي في كتابه الضحية الأولى: " إن فريق المراسلين الذين اختيروا لتغطية أحداث الحرب الأهلية قد قاموا بهذه المهمة على نحو بائس، فقد كانوا على حسب وصفه مجموعة من الجهلة المخادعين الذين تخلوا عن أخلاق المهنة ... والتحقيقات التي أعدوها كانت في الغالب غير دقيقة ومفبركة ومتحزبة وتحريضية ، يقول روبرت هوديرن : وعلى كل حال فإن كانت الصحف تلجأ إلى الخداع والتضليل ، فتلك

---

(١) اعتمدنا في هذا المبحث على كتاب:الإعلام والمؤسسة العسكرية لبيتر يونج وبيتر جيسر ، ودراسة للصحفي روبرت هوديرن بعنوان المؤسسة العسكرية الأمريكية والإعلام تغطية الحرب والصدقية.

كانت حال الحكومة أيضاً، فقد شرع وزير الحرب أدوين ستانتون في التلاعب بأعداد الإصابات وتحوير محتويات تقرير يتعلق بإخفاق الجنرال أوليسيس جرانت في بيتر سبيرج ، فقلل الخسائر إلى ما يقرب ثلث حجمها الفعلي ، بل إن وزارته أخفت الأخبار التي تحدثت عن استسلام مدينة هاربرز فيري لأربع وعشرين ساعة ، وخفضت عدد الذين استسلموا من جنود الاتحاد إلى ٦٠٠٠ جندي أولاً، ثم إلى ٤٠٠٠ جندي فقط في برقيتها اللاحقة ، بينما كان الرقم الفعلي ١١٢٠٠ جندي ، وكان ستانتون مولعاً بوقف إصدار الصحف التي تنتهك قوانينه الرقابية ، واعتقال محرريها ، وتهديد أصحابها بإحالتهم إلى المحاكم العسكرية ، وتحريم ذهاب المراسلين إلى الجبهة، بل إنه أصدر أوامره بإطلاق النار على هنري ونج ، مراسل صحيفة نيويورك تريبيون بسبب رفضه تسليم رسالة إخبارية كان قد كتبها لصحيفته .

وأدت الصحافة دوراً كبيراً في إشعال فتيل الحرب الإسبانية – الأمريكية عام ١٨٩٨ والتي دامت أربعة أشهر ، وقد توجه ٢٠٠ مراسل إلى كوبا لتغطية القتال الدائر هناك .

وفي عام ١٩١٧ الذي شهد دخول الولايات الأمريكية الحرب العالمية الأولى وعلى الرغم من التوسع الكبير في الصحافة الأمريكية إذ بلغ عدد الصحف ١٧ ألف صحيفة ، وبلوغها مرحلة النضج ، إلا أنها تخلت عن الدقة والموضوعية والحيادية التي ألتزمتها في مطلع الحرب ، وذلك لقدرة الحكومات على فهم أساليب استغلال الإعلام والتلاعب به ، وكانت جميع التحقيقات الصحفية المتعلقة بالقوات الأمريكية أبان الحرب العالمية الأولى (١٩١٤ – ١٩١٨) خاضعة للرقابة ، وظل هذا الإجراء نافذاً خلال الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ – ١٩٤٥)، ولعل من النتائج المثيرة للعجب لهذه الرقابة كما يقول روبرت هوديرن: إن الرأي العام الأمريكي بقي مضللاً عن عمد حتى وقت ليس بالقصير بعد الحرب في حين أن عامة اليابانيين كانوا يشاهدون في دور السينما أفلاماً إخبارية تعرض عليهم عدد

السفن التي أغرقها سلاح البحرية الياباني في ميناء بيرل هاربر.

وفي الأشهر الأولى من الحرب الكورية (١٩٥٠- ١٩٥٣) لم تكن هنالك قيود رقابية رسمية فأمكن للمراسلين إرسال تقارير صحفية بالغة الصراحة ، بل ومفزعة في الأغلب عن الحرب مما أحدث في بادئ الأمر تأثيراً سيئاً على الأمريكيين حدا بالمؤسسة العسكرية الأمريكية إلى توجيه تهمة الخيانة للمراسلين الحربيين ، كتبت مارجريت هيجنز مراسلة صحيفة هيرالد تريبيون : ما دامت حكومتنا تنشد الدعم من رأي عام ناقم وعلى دراية بما يحدث ... فقد بات لزاماً قول الحقيقة الجارحة المؤلمة ... ولعل من الأفضل أن نكشف بجلاء شديد عن حالات اليأس والفزع التي واجهها جيش لم يأخذ أهبته بشكل تام كي يمكن لعامة الأمريكيين المطالبة بألاّ يحدث هذا ثانية.

ويتحدث المراسلون الذين غطوا الحرب الفيتنامية(١٩٦١ – ١٩٧٥) ومنهم روبرت هوديرن -بأسى أحياناً- عنها كآخر حرب جيدة في تقدير الصحفيين : فقد وفرت المؤسسة العسكرية لنا ما نحتاج إليه من وسائط النقل ، ولم تفرض علينا إلا ضوابط قليلة فيما يتعلق بوجهة سفرنا وخطط تنقلاتنا التي لم نكن بحاجة إلى الكشف عنها لأي أحد، ولم تكن رسائلنا الإخبارية والصور التي نلتقطها تخضع للرقابة ، ولهذا ثمة جيل كامل من القادة العسكريين الأمريكيين يعتقد اعتقاداً راسخاً بأن ما شاهدوه من تغطية صحفية سلبية كانت وراء خسارة الحرب .

ثانياً: الإعلام الأمريكي وحربا الخليج ١٩٩١م و٢٠٠٣م:

الحرب الأولى ١٩٩١ وسياسة بركة الأنباء -المراكز الصحفية-:

لقد بنت الإدارة الأمريكية آمالاً كبيرة على حرب الخليج الأولى (١٩٩١م) ، لتتجاوز من خلالها الأزمة التي سيطرت على نفسية جنودها منذ حرب فيتنام ،

ولذا عملت جاهدة على تهيئة كل أسباب النصر في هذه الحرب، وفي مقدمتها الصحافة ، يقول لوسيان كي تراسكوت في مقالته الأسبوعية بصحيفة انترناشيونال هيرالد تريبيون: لقد سعى الأمريكيون للسيطرة على مسيرة الحرب بالتحكم في أخبار المعارك بأسلوب مستحدث آنذاك، حيث كانت الأخبار الحربية تحت سيطرة الجنرالات، يكشفون منها ما يشاؤون لما سمّي وقتها بركة الأخبار أو الأنباء التي يستقي منها الصحفيون ما ينقلونه لوسائل إعلامهم، وتم التحكم في الأخبار بشكل يدعم الاستراتيجية العسكرية لدى قوات التحالف، فكان نمط ما تبثه وسائل الإعلام العالمية متوافقاً في الخط العام مع ما يريده الجنرالات.

الحرب الثانية ٢٠٠٣ وسياسة الإعلام المرافق:

شهدت الحروب منذ القدم ظاهرة المراسل الحربي وان كانت بصورة محدودة ولكنها تتلاءم مع طبيعة الحروب والمجتمعات آنذاك ، وعادة يكون المراسل الحربي من أبناء جلدة المقاتلين ويزود أخباره للصحافة التي تخاطب الرأي العام المحلي ومنه إلى الدولي ، ومع ذلك شهدت الحربان العالميتان تنوعاً نتيجة لوجود القطبين المحور والحلفاء، ويندرج تحتهما العديد من الدول، ولظهور الصحافة المستقلة فشهدت الحربان حضور الصحفيين والمراسلين معاً سواء الرسميين أو المستقلين.

وجاءت حرب الخليج الثانية ٢٠٠٣ لتوظف الإدارة الأمريكية مفهوم المراسل الحربي لتكون سياسة إعلامية تسمح للإعلاميين -أو من تصطفيهم- ليكون قرب الحدث ، ولكنهم أكثر قرباً من القيادة العسكرية ولاسيما الميدانية، فقد سمحوا لحوالي ثلاثة آلاف من الإعلاميين الدوليين بالتواجد تحت مظلتهم في الكويت وقطر بشكل خاص، من بينهم ٥٠٠ مراسل مزروعين ضمن الوحدات العسكرية في كافة أنحاء العراق؛ وقد استبدلت خطة بركة الأنباء بهذه السياسة الجديدة التي تقوم على أساس السيطرة على هؤلاء الصحفيين الذين يعملون تحت حماية القوات

الأمريكوبريطانية وما توفره لهم من معلومات حول سير العمليات، وما تسمح لهم به من مجال للحركة في المناطق الآمنة التي يحتلونها؛ أما بقية الصحفيين في الكويت وقطر فهم بعيدون نسبياً عن مواقع الخطر، ولكنهم محاصرون بالحدود الجغرافية لكلا البلدين ويعتمدون على مراكز القيادة الأمريكية للحصول على المعلومات، وهي معلومات، بدون شك، محسوبة ومدروسة بدقة، لتتوافق مع ادعاءات النصر أو النجاح في الحرب.

وتم إعتماد سياسة الإعلام المرافق ميدانياً من خلال دليل الشؤون العامة الذي أرسل إلى القادة الميدانيين الذي صيغت بعض عباراته بلغة مثالية منها : إن سياسة وزارة الدفاع فيما يتعلق بالتغطية الإعلامية للعمليات العسكرية مستقبلاً تقضي بمنح وسائل الإعلام حرية الوصول إلى مواقع القوات الجوية والبرية والبحرية الأمريكية على المدى البعيد ، وبأدنى حد من القيود من خلال عملية المرافقة؛ ومع ذلك فقد انتبه بعض الإعلاميين إلى الأساليب التي اتبعتها القوات الأمريكية لتضمن النتائج المرجوة من تطبيق هذه السياسة، وقد عدت من الانتقادات التي تم توجيهها لهذه السياسة؛ فإن رؤية المرافق تبقى قاصرة ومحدودة ، فليس بمستطاع المراسلين المرافقين معرفة أكثر مما يمكنهم اكتشافه من تجربتهم المباشرة والآنية وحسب وصف أحد هؤلاء المراسلين فإن المراسل الصحفي يصبح " أشبه بالكلب الذي يأتي ثانياً في تسلسل مجموعة الكلاب التي تجر المزلجة ، فهو يرى الكثير مما يتعلق بالكلب الذي أمامه والقليل جداً مما على يسراه أو يمناه ، وهو وإن وقعت عيناه على حدث"(١) .

إضافة إلى خضوع المراسلين للرقابة المسبقة وتقييد زيارة المواقع العسكرية ، وكذلك إغفال الصور الحية أو تقديمها بصورة منتقاة كما ذهب "روبرت فيسك" مراسل صحيفة الاندبندنت، وأحد أهم الصحفيين الغربيين المتخصصين في

---

(١) الإعلام العربي في عصر المعلومات ٤٢٣ .

شؤون الشرق الأوسط ، إذ أشار إلى أن كلا من شبكة CNN و CBS و ABC، قد وافقت على تواجد مسؤولين من مشاة البحرية الأمريكية بغرفة أخبار تلك الشبكات في ولاية أتلانتا للموافقة على مسودة تقارير المراسلين قبل إذاعتها أو نشرها(١) .

كما أشار "كلايف مايري" مراسل هيئة الإذاعة البريطانية، إلى أن القوات الأمريكية فرضت على المراسلين الغربيين ارتداء الزي العسكري والإقامة الكاملة مع (قوات التحالف) مما جعل التغطية الإخبارية تفتقر إلى إطار موضوعي يتسم بالدقة والحيدة والتعبير عن وجهات نظر مختلفة ، مما أثار الجدل بشأن قيم الاستقلالية والتوازن والموضوعية التي تعد تقاليد راسخة في المجتمعات الديمقراطية(٢) .

إن انتهاج سياسة الصحافة المرافقة تؤشر إلى بداية تحول ذي شأن في السياسة الرسمية الأمريكية وهو تحول تقف وراءه عوامل عدة منها:

١- أنه السبيل الأكثر فاعلية لمواجهة المعلومات المضللة وذلك بزج مراسلين محترفين في الميدان ليقدموا وصفاً للأحداث كما يرونها بأنفسهم.

٢- اعتقاد المؤسسة العسكرية الأمريكية أنها ستبلي بلاءً حسناً في هذه الحرب ، فأرادت لوسائل الإعلام أن تكون حاضرة لتنقل أنباء إنجازاتها ، وهذه المؤسسة بطبيعة الحال لم تكن لتعجز عن إحاطة انجازاتها هذه بحملات دعائية، وكما اعتادت أن تفعل في الماضي، بيد أنه بالنسبة إلى الصحفي وجماهير المشاهدين والمستمعين والقراء ثمة فارق كبير بين ما يدلي به ناطق

---

(١) العراق بين الإعلام العربي والغربي إشكالية الحرية والاستقلال ، حسين عبد الغني ، ينظر الإعلام والأزمات المعاصرة ، هويدا مصطفى ،ص ١١٨.

(٢) أثر وسائل الإعلام على الشارع العربي ، محمد السعيد إدريس ، ينظر : الإعلام والأزمات المعاصرة ، ص ١١٨.

رسمي يقف خلف منصة عالية وبين تصوير الحدث عينه ونقله نقلاً مباشراً.

٣- أضف إلى ذلك أن المؤسسة كانت تأمل أيضاً أن يلقي جنودها الترحاب بصفتهم محررين وهو ما من شأنه أن يجعل التغطية التلفزيونية أكثر إقناعاً ونفعاً لاسيما وأن الحرب لم تَحْظَ بشرعية دولية، وعلى حد قول أحد المعلقين فإن إدارة بوش كانت تأمل في أن عملية (حرية العراق) ستصبح حرب العراقيين السعداء الحظ، وبأن الوسيلة الأمثل لاستثمار هذا النجاح هي بث صور وجوه العراقيين المبتهجة بثاً حياً ومباشراً سواء في الداخل أو في العالم كله.

المبحث الثاني

السياسات الإعلامية للمؤسسات الأمريكية الرسمية

لقد انتهجت المؤسسات الأمريكية الرسمية سياسات مدروسة تضبط من خلالها العمل الإعلامي حتى لا ينحرف عن البوصلة التي حددت اتجاهها سلفاً، ولسعة المجالات الإعلامية التي تغلغلت فيها هذه السياسات فإننا نقتصر على بعضها ومنها:

أولاً: السياسات الإعلامية تجاه المعلومات:

أدرك القادة الأمريكيون أن الموضوعية ونقل الحقيقة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية من الأسباب التي أدت إلى الهزائم العسكرية وضعف الدعم الشعبي لمواصلة الحروب لاسيما الدموية منها.ولذا تبنت العسكرية الأمريكية بعد حرب فيتنام سياسة التعامل مع الإعلام على مبدأ التحكم والسرية، لاعتقادها أن التغطية الإعلامية لتلك الحرب كانت سبباً في انقلاب الرأي العام الأمريكي مما ساهم في إضعاف الدعم المادي والمعنوي لهذه الحرب ،وهذا المبدأ جعل المؤسسة العسكرية الأمريكية كما يقول ريتشارد كابلان(١): تقوم على إساءة الظن بالصحفيين ، ومراقبة المعلومات التي يبعثون بها، وتوجيهها، وهذا القول له شاهد من تصريح ديك تشيني " إنني لا أرى في الصحافة شيئاً نافعاً أو مفيداً، بل إنني في الواقع أعتبرها مشكلة ينبغي معالجتها.

إن المأزق الذي وقعت فيه أمريكا في حربها ضد العراق ومن ثم احتلاله ، لم يسهم في إفشال سياسة الإعلام المرافق المقننة التي اعتمدتها المؤسسة العسكرية الأمريكية فحسب، وإنما دفعت الإدارة الأمريكية إلى اعتماد سياسات

---

(١) في دراسة له بعنوان: صدقية وسائل الإعلام في الحرب ؛ ظاهرة المراسلين المرافقين للقوات المسلحة، ينظر الإعلام العربي في عصر المعلومات ص ٤٢٠.

وممارسات إعلامية أدت إلى انحدارها بصورة أدت إلى تشويه صورتها في العالم ، ومنها:

الاعتماد على المعلومة الرسمية:

أنشأت الولايات المتحدة الأمريكية "مكتب الإعلام الدولي OGC " في ٢١/ ١/ ٢٠٠٣ ، بديلاً " لمكتب التأثير الاستراتيجي OGI " ، الذي استهدف التأثير على توجهات الإعلام الدولي بما يتلاءم وتوجهات السياسة الخارجية الأمريكية ومواجهات حملات الإعلام المضاد ، إذ خلصت دراسة أعدها "مركز الدراسات الاعلامية في جامعة ماساشوستس" إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام وبين انخفاض درجة المعرفة لدى الجمهور بحقيقة ما يدور في الحرب ، وقد أدى النقص في المعرفة إلى تأييد التدخل العسكري ، وقد عللت دراسة قامت بها مؤسسة (FAIR) إلى أنه في حرب العراق كانت الشبكات التليفزيونية الأمريكية تعبر عن وجهة النظر الرسمية فقط، إذ أظهرت الدراسة أن ٦٧٪ من المصادر الكلية التي اعتمدت عليها الشبكات لتغطية أحداث الحرب على العراق كانت لمسؤولين حاليين أو سابقين ، بينما ارتفعت هذه النسبة إلى ٧٥٪ للمصادر الأمريكية ، تاركة بذلك مساحة محدودة لوجهات النظر المستقلة(١).

ويؤكد ذلك الكاتب "ريد كوستي" في مقال له بعنوان (دراسة مقارنة بين CNN وقناة الجزيرة ، إذ تواصل الشبكة CNN الأمريكية إحباط مشاهديها في السعودية والمنطقة العربية بتقاريرها المنحازة، حيث تركز تحليلاتها وتغطيتها الإخبارية وتقارير مراسليها على تقدم القوات الأمريكية والبريطانية فقط، بينما

---

(١) دور الإعلام في الحرب على العراق ، ينظر العدوان على العراق خريطة أزمة ومستقبل أمة ، تحرير حسن نافعة ونادية محمود مصطفى ، القاهرة – مركز البحوث والدراسات السياسية ، ط١ - ٢٠٠٣ ، ص ٣١١ .

تظهر قناة الجزيرة ليس فقط الجانب الإنساني من هذه الحرب ولكن مشاهد لا تقدمها أو أية محطة أمريكية أخرى[1] ، وتشير استطلاعات للرأي العام إلى أن ٣٠٪ من التصريحات الإعلامية تكون مضللة كجزء أساس من الحرب النفسية وتدلل الدراسة على ذلك بسماح القوات الأمريكية لقنوات محددة بتغطية أحداث الحرب وتوصيل رسائل معينة ، إذ يقوم خبير رسمي عسكري أمريكي داخل المكتب الرئيس لشبكة CNN في ولاية جورجيا باختيار وتنقيح الأخبار التي يتم بثها[2].

وأشارت الكاتبة "كانثا كوتس" في تقرير نشرته مجلة لوس انجلوس تايمز، تعليقاً على الممارسات الإعلامية في أثناء حرب العراق والتي فقدت من خلالها وسائل الإعلام مصداقيتها عندما قبلت بعدم نشر أية معلومات من دون الرجوع إلى القيادة العسكرية التي قيدت المراسلين بقائمة من التعليمات بلغ عددها ١٢ صفحة تضمنت تعليمات وزارة الدفاع الأمريكية "البنتاغون" بما يخص نشر البيانات والمعلومات عن الحرب ، كما فرضت القيادة الأمريكية على الصحفيين المرافقين للجنرال "تومي فرانكس" حظراً شاملاً على أخبار الغزو ومنعتهم من إرسال أخبار أو صور أو أفلام قبل عرضها على "الرقيب العسكري" وصدرت أوامر بإعادة صحفيين أمريكيين نشروا أخباراً تتعارض مع خطة الغزو وأهدافه ، كما فصلت شبكة تليفزيون NBC مراسلها في بغداد "بيتر أرنت" لأنه أدلى بحديث للتلفزيون العراقي انتقد فيه الحرب على العراق[3].

---

(١) دراسة لماذا ضاعت الحقيقة على الشاشات الأجنبية ، عصام زكريا ، نقلاً عن الإعلام والأزمات المعاصرة ، ص ١٢٨.

(٢) دراسة المصداقية الغائبة في الحرب الإعلامية ، سيد علي ، نقلاً عن الإعلام والأزمات المعاصرة ، ص ١٣٤.

(٣) مقالة الصحفيون الحربيون يسبقون البيانات العسكرية ويتجاهلون الأوامر العسكرية ، ديفيد فولكنفيلك، جريدة الشرق الأوسط في عددها الصادر يوم ٤/ ٤/ ٢٠٠٣.

وقد دفعت هذه الممارسات "المعهد الدولي للصحافة" الذي يمثل ١١٥ دولة ومقره في "فيينا" إلى إصدار بيان ينتقد وزراء الحكومة البريطانية بسبب محاولتهم التأثير على أسلوب عمل هيئة الإذاعة البريطانية BBC في نقل الأخبار عن الحرب ودفعها إلى التخلي عن واجباتها المهنية وذلك بعد أن أذاعت الهيئة تقارير عدة نقلاً عن مسؤولين أمريكيين وبريطانيين ، ثم ثبت أنها غير صحيحة ، ودفع أكثر من ٤٠٠ وسيلة من وسائل الإعلام الغربية إلى الاحتجاج على هذه الرقابة الإعلامية المفروضة عليها وقيود التعتيم الإعلامي المصاحب لمرافقتها وحدات الجيش الأمريكي والبريطاني[1] .

الكذب والخداع الإعلامي:

يقول السناتور الأمريكي هيرام جونسون عام١٩١٧ : إن الحقيقة هي أولى ضحايا الحرب، ونقول إنها في حرب ٢٠٠٣ أولها وأكثرها؛ فقد بدأت بأكاذيب وتغذت عليها، ولعل الحقيقة الأكثر إيلاماً للغالبية العظمى من الصحفيين أن الرأي العام الأمريكي يميل إلى تصديق المؤسسة العسكرية أكثر من ميله إلى تصديق الإعلام ، وبخاصة حين تلقى الحرب دعماً شعبياً واسع النطاق كما يقول الصحفي روبرت هوديرن .

وقد كشفت جلسات استماع عقدها الكونكرس عن فضيحة تورطت فيها إدارة الرئيس جورج بوش، حيث عمدت إلى خداع الرأي العام، وتزييف الحقائق، وفبركة قصص بطولات وهمية للجنود في أفغانستان والعراق من أجل أهداف دعائية، يقول كيفن تيلمان شقيق نجم كرة القدم الأمريكية "بات تيلمان" الذي قتل في أفغانستان عام ٢٠٠٤ بعد تطوعه إثر أحداث ١١ سبتمبر/أيلول ٢٠٠١ للدفاع عن الوطن، أمام لجنة متابعة الإصلاح الحكومي بمجلس النواب الأمريكي، إن الجيش كذب بشأن ظروف مقتل شقيقه لتجنب "ثورة في الإعلام"؛ وأشار إلى أن

(١) الإعلام الأمريكي في الحرب ، سهام نصار ، جريدة الأهرام في عددها الصادر يوم٤/ ٤/ ٢٠٠٣.

وزير الدفاع الأمريكي دونالد رامسفيلد كان يعرف حقيقة ما جرى، وإن "بات" اللاعب السابق في فريق "اريزونا كاردنيالز" لم يمت في قتال شرس في أرض المعركة، بل برصاص جنود وحدته.

واستخدم البنتاجون مصرع "بات" وحوّل قصته إلى بطولة وهمية واستغلها لدفع الشباب الأمريكي للتطوع في الخدمة في حربي العراق وأفغانستان أسوة بالبطل الذي قدم حياته فدى للوطن، وقال أحد زملاء "بات" إن رؤساءه أمروه بالصمت وعدم الكشف عن الحقيقة.

من جهتها، قالت المجندة الأمريكية "جيسيكا لانش" أمام اللجنة إن الإدارة الأمريكية ألفت قصة وأحداثاً حول بطولاتها الوهمية في حرب العراق، وصنعت منها "رامبو -امرأة" بشكل يخالف الوقائع التي جرت معها؛ وقالت: إنه خلافاً لما كتب آنذاك (٢٠٠٣) فهي لم تقاتل قتالاً مستميتاً ولم تطلق النار حتى آخر رصاصة على العدو العراقي عند أسرها، ولم تلق معاملة سيئة في المستشفى العراقي، حيث احتجزت... وشددت على أن الأمريكيين قادرون على تمييز أبطالهم وليسوا بحاجة لأن تسرد عليهم أكاذيب؛ وطالبت بمحاسبة الحكومة على أكاذيبها.

ولم تعلق وزارة الدفاع الأمريكية "البنتاجون" على هذه الشهادات، وطالب مراقبون الرئيس بوش بالاعتذار علناً للرأي العام الأمريكي عن هذا التدليس، والاعتذار لعائلة لاعب الكرة بات تيلمان.

وكتبت الصحفية الأمريكية بورجيسون : هناك إعلام دعائي وأخبار مزيفة تقدم تحت قناع الأخبار الحقيقية تقدمها لنا الحكومة الأمريكية.

شراء الكلمة:

لم تكتف الإدارة الأمريكية بترويج الأكاذيب الإعلامية ، وإنما تجرأت على خطوة غاية في الانحدار الأخلاقي ، إذ عمدت إلى بعض المؤسسات الإعلامية

(المحلية والعالمية) ودفعت لها مبالغ مالية مقابل نشر قصص كاذبة أو مبالغ فيها عن بطولة الجندي الأمريكي أو عن نجاحات موهومة للإدارة الأمريكية في العراق ، وكذلك النيل من الأعمال البطولية للمقاومة العراقية.

فقد تم الكشف عن وثيقة أعدتها وزارة الدفاع الأمريكية لتشكيل فريق رد الفعل الإعلامي السريع لضمان السيطرة على أهم وسائل الإعلام العراقية المحلية وعرض الأحداث من خلال واجهة عراقية ، وقد خصص لهذا الفريق ميزانية تقدر بـ ٥١ مليون دولار لمدة ستة أشهر ، ومن مهام هذا الفريق توظيف ٦ مستشارين إعلاميين عراقيين لقاء مبلغ ٨٠٠ ألف دولار مهمتهم التخطيط والتوجيه البرمجي والمساعدة على تجنيد وتدريب محررين ومذيعين عراقيين في خدمة هذا الجهد الإعلامي تحت رعاية التحالف الذي تقوده الولايات المتحدة.

وفي تقرير للمفتش العام بوزارة الدفاع الأمريكية يذكر أنها تعاقدت مع ثلاثة شركات عملاقة في هذا المجال ، تولت بعضها إقامة شبكة إعلام عراقية بمواصفات أمريكية ، وذكرت شركة لينكولن غروب، أنها دفعت ملايين من الدولارات للصحف العراقية لنشر مقالات موالية للولايات المتحدة منذ غزوها للعراق ، ومقالات وحكايات إيجابية عن النشاطات العسكرية الأمريكية ، وحينما انكشف أمر هذه الشركة وقيامها بذلك تم استبدالها بشركة ذا ريندون غروب ، لإتمام العقد[1] ، ومن الصحف العراقية التي تم التعاقد معها هما المدى والدستور ، فضلاً عن قناة الفيحاء ، وقناة العراقية، كما تم كشف تعاقد قناة العربية من خلال نشر الإعلانات المروجة لهذه السياسة، وهذا يفسر انحراف قناة العربية عن مسارها في تغطية حرب العراق بعد أشهر من اندلاعها.

---

(١) ينظر مقال البنتاغون خطط للسيطرة على صحافة العراق للكاتب جيم لوب ، ومقال صحافة البنتاجون التافهة للكاتب الأمريكي جون تريني.

ثانياً: السياسات الإعلامية وحرب المصطلحات:

حرب المصطلحات جزء مهم وفرع مؤثر من الحرب النفسية لاسيما في الأزمات والحروب، لأن المصطلحات تؤدي دوراً كبيراً في رسم السياسات وفي افتعال الأزمات، فتجد مصطلحاً واحداً له تداعيات وآثار تؤدي إلى حروب دولية دموية، وصراعات حضارية، أو يدفع العدو للاستسلام، أو يصرف الرأي العام عن أحداث معاصرة أو مستقبلية.

وليست المشكلة في ذات المصطلحات لاسيما الجديدة بقدر ما في المفاهيم التي تعبر عنها، فهي تطرح قضايا عدة، على رأسها: نوعية العلاقة بين المصطلح وما يحيل إليه من مفاهيم، وما يولد من تداعيات خطيرة على المستوى السياسي والاجتماعي والثقافي الذي يتحرك فيه هذا المصطلح.

فالسياق السياسي والاجتماعي والثقافي يعكس نوعية المفاهيم التي ينقلها المصطلح على مستوى الحياة التي يعيشها من توجه إليه -أفراداً وجماعات- عند استعماله ومن ثم انتشاره، وحين ذاك توظفه الجهات المولدة لهذه المصطلحات.

وتشتد خطورة المصطلحات حينما تكون جزءاً من حرب نفسية، ترمي من خلالها القوى المتصارعة النيل من معنويات عدوها وخصومها، سعياً إلى كسب المعركة أو التغطية على بعض الخسائر.

وفي ظل التأثير الكبير لوسائل الإعلام على الرأي العام المحلي والخارجي، اشتد توجه الإدارات العسكرية للعناية بحرب المصطلحات، فضلاً عن أن المصطلح الإعلامي يتسم بالغزارة في حجم مساحة المحاور المتعددة التي يستهدفها، إذ يروج لمفاهيم يختلط فيها البعد السياسي والفكري والعلمي والاجتماعي، ولذلك نجد بعض الباحثين ينظر إلى أن دراسة المصطلحات ومفاهيمها هي دراسة للمجتمع، ولا ينظر إليها باعتبارها مفردات مجردة، وإنما ينظر إلى القيمة الفعلية التي

تمنحها أهميتها، وآثارها، وهنا تكمن خطورة هذا الأمر، إذ قد يعبر مصطلح واحد عن مجتمع بأكمله وليس لأهله يد في صياغته أو تحديده.

لقد وظفت الإدارة الأمريكية وحلفاؤها سيطرتهم على وسائل الإعلام، وتبعية وسائلنا الإعلامية لها، أو اختراقها من قبلهم، في اعتماد سياسات محددة في التلاعب الاصطلاحي، ساهمت في تغييب الحقيقة أو تشويهها، وخلق مساحة من الغموض مكنتهم من تمرير ما يهدفون إليه في النهاية -وإلى مرحلة أو حد ما-.

ولخطورة الأمر ومعايشتنا لآثاره وتداعياته سنحاول في هذا المبحث الوقوف على أهم السياسات التي اتخذتها الإدارة الأمريكية بشأن حرب المصطلحات في أثناء غزوها للعراق واحتلاله، ومنها:

١- حرب المصطلحات تعزز حرب المعنويات لاسيما أن الحرب في العراق انتقلت إلى حرب أفكار وعقيدة

٢- كل وحدة عسكرية لها مصدران للقوة: مصدر معنوي ومصدر مادي، والمصدر المعنوي للقوة أهم بكثير من المصدر المادي، ولإحراز النصر يجب توجيهه ضربات نفسية قوية إلى معنويات العدو كونها مصدر القوة لديه، والحرب النفسية ومنها حرب المصطلحات أفضل سلاح لتوجيه الضربات النفسية للعدو ولتحطيم المقاومة دون قتال، إذ تستهدف عقل وتفكير وقلب المقاتل بغرض تحطيم معنوياته والقضاء على رغبته في المقاومة وقدرته على القتال أو مواصلته، ومن المصطلحات التي حرصت على ترويجها الإدارة الأمريكية وتالت حضوراً في وسائل الإعلام أسماء المعارك والهجمات التي تشنها قوات الاحتلال والقوات العراقية الموالية لها فالحرب الأولى عاصفة الصحراء والثانية المجد للعذراء، ومعركة الحرية ثم توالت الأسماء المثيرة للعمليات العسكرية كالخنجر والسيف والوادي المتصدع والستار الفولاذي والثور والقبضة الحديدية، وغيرها من الأسماء التي لها تأثير إيجابي في معنويات

أفراد القوات الأمريكية، وترمي من خلالها زعزعة معنويات المقاومين المجاهدين وحواضنهم، في المقابل فرضت تعتيماً إعلامياً على ترويج أسماء الفصائل المسلحة في العراق وكذا أسماء حملاتها القتالية وأسماء رموزها.

٣- المصطلحات ليست مجرد كلمات عابرة بل هي أسس لغوية ومرجعية تشارك في تحديد قوانين اللعبة السياسية وهي قوالب لغوية – ذهنية تسهم في صياغة وقولبة الرأي العام.

ففي ظل غياب الخطاب البديل المؤثر أو ضعفه، فإنه من خلال هذه السياسة يتم اختراق الوعي العربي والإسلامي بتدرج تراكمي وبالتالي تخلق فضاء ووعياً ثقافياً زائفاً، يفقد الهوية ويميع الانتماء ويغير بوصلة الولاء، ويؤسس لمنظومة مفاهيم وقيم تتولد عنها طرق جديدة في الرؤية، تتماشى مع أطروحات (الولايات المتحدة الأمريكية) في الفهم، وذلك بتشكيل منظومة إسلامية على الطريقة الأمريكية؛ وفي المعالجة، باعتماد الحوار والسلام (ونبذ العنف –الجهاد- بشكل تام).

٤- ترويج مصطلحات فضفاضة يتم من خلالها توظيف القرارات والقوانين الدولية بما يحقق مصالح القوى الكبرى.

فعلى سبيل المثال، الترويج لمصطلح الإرهاب هذا المصطلح الذي شاع على ألسنة السياسيين والمفكرين وترسخ في وسائل الإعلام، ولكن لو سألت ما معنى هذه الكلمة؟ فإنك لن تجد جواباً! ليس بسبب العجز اللغوي عن التوصل إلى تعريف واضح " جامع مانع"، ولكن هنالك قصد في إبقاء هذه الكلمة بلا معنى محدد ليبقى فضفاضاً يمكن استخدامه بحسب الحاجة! يقول الإعلامي نبيل دجاني: لا يوجد توافق على تعريف ما هو فعل الإرهاب، وبالتالي إعطاء هذا الفعل تقييماً اجتماعياً وأخلاقياً، ومن المستبعد حصول مثل هذا التوافق[١].

---

(١) العرب والإعلام الفضائي ١٤٦

وأدت التعبئة الأمريكية في وسائل الإعلام إلى طغيان رؤية الحرب على الإرهاب، كما يراه المحافظون الجدد الذين يسيطرون على الإدارة الأمريكية – آنذاك- وكذلك طغى الطابع أو الصورة الدينية -الإسلامية والعربية بالتحديد- على وصف الإدارة الأمريكية وأبواقها من وسائل إعلامية وكتاب رأي للحرب على الإرهاب، وبذلك حددت الإدارة الأمريكية والمؤسسات السياسية والإعلامية التابعة لها العدو الجديد -الإسلام والجهاد- في حربها العالمية وسعت إلى كسب التأييد.

٥- التلاعب بالرأي العام ومحاولة صرفه عن حقيقة الصراع لإبقاء تواصله في دعم الحرب من خلال مصطلحات مموهة أو مزدوجة.

لقد وظفت أمريكا في حربها على العراق مصطلحات سعت إلى ترسيخها في إعلامها وإعلام من يواليها حتى أصبح من الصعب تجاوزها من قبل المؤسسات السياسية والإعلامية حتى المناهضة للاحتلال، كما استخدمت مصطلحات جديدة مموهة أو مزدوجة من أجل التأثير على الرأي العام وخداعه ومن ثم استقطاب تأييده، أو على الأقل عدم معارضته للحرب أو استمرارها.

فمن الأمثلة على المصطلحات الجديدة المتجددة المموهة: (إسقاط النظام، المقاتلين الأجانب، التحرير، الديمقراطية، الفوضى الخلاقة، العنف الطائفي).

وعلى سبيل التفصيل نسوق مصطلحاً واحداً أسهم في تحقيق السياسة آنفة الذكر أغراضها، وهو مصطلح (سقوط النظام) فهو المصطلح الذي أخذ يمثل نقطة مفصلية في تاريخ العراق الحديث كما يقول الدكتور محمد عياش[1]، وروجت الماكينة الإعلامية للعدوان لهذا المصطلح، حتى شاع في الأوساط المناهضة للاحتلال من دون ترو وتفكير، وتم التركيز على هذا المصطلح لتحقق الإدارة الأمريكية لها ولحلفائها بعض المكاسب الإعلامية والسياسية منها:

---

(١) في كتابه من فقه المقاومة إصدارات مجلة السبيل، عمان الأردن ص ٨٢.

اختزال الحرب بإسقاط نظام حاكم مثل مرحلة تاريخية عصيبة في العراق والمنطقة والعالم، وسعت الإدارة الأمريكية بذلك إلى صرف الأنظار عن جريمة الاحتلال المتمثلة بإسقاط دولة ذات سيادة وتدمير كل مؤسساتها وتعريض شعبها للضياع والمجهول، وما رافقه من مذابح جماعية وانتهاكات خطيرة لحقوق الإنسان ونهب التراث والثروات وقتل العلماء والمفكرين وتهديم البنى التحتية.

إن استخدام هذا المصطلح يعني التستر على الأهداف الحقيقية للاحتلال، وكسب التأييد الشعبي في الشارعين الأمريكي والعالمي، لدعم الحرب.

أعطى الإدارة فرصة في ادعائها بتحقيق النصر أو النجاح إذ تمكنت من إزالة النظام وساهمت في اقتصاص الشعب منه، ولا يزال هذا الانجاز هو أكثر ما يردده قادة الاحتلال إلى يومنا هذا، لا سيما مع تواصل الفشل في العراق حتى اضطرت الإدارة الجديدة إلى القيام بخطوات إجرائية للخروج من العراق.

إحراج القوى المقاومة بأنها لا تدافع عن بلد اسمه "العراق" وإنما تقاتل من أجل " النظام" لإضعاف شرعيتها وحرمانها من بعض التأييد. واتهام كل من يرفض الاحتلال بأنه من أزلام النظام وأيتامه أو من الصداميين أو البعثيين، وهذا أسهم في تعميق الفصل الطائفي، وتغذية الحرب الطائفية وقتل وإقصاء شريحة واسعة تحت هذا المصطلح وما تولد عنه.

وأما الأمثلة على توظيف المصطلحات المزدوجة للتضليل والتشويه بشكل لا يثير الانتباه : (التحرير بديلاً عن الاحتلال، والإرهاب بديلاً عن المقاومة، والتطهير العرقي بديلاً عن عمليات الإبادة البشرية، ومصطلح الإسناد الجوي بديلاً عن القصف، والضرر غير المباشر بديلاً عن قتل الأبرياء وهكذا..) .

وقد أسفرت هذه المصطلحات عن خداع مزدوج سواء للمؤيدين للحرب أو معارضيها، وحتى بعد تكشف حقيقة هذه المصطلحات فإنها تكون قد قطعت شوطاً في تحقيق إغراضها من الحرب.

٦-العمل على حسر المفاهيم الإسلامية الأصولية، والترويج لمفاهيم تقترب من المنظومة الغربية

ولعل هذه السياسة من أبرز تداعيات حرب المصطلحات على وسائل إعلامنا فعلى سبيل المثال مفهوم الجهاد، فإننا نجد أغلب وسائلنا الإعلامية بل رسائل الفصائل الجهادية لا تتداول هذه اللفظة مجردة أو مضافة مثل لفظة مجاميع جهادية أو المقاومة الجهادية أو الجهاد في العراق، هذا في وسائلنا فكيف الحال في وسائل الإعلام الأخرى، وقد سبب هذا الحرج إشكالية في صفوف المجاهدين في العراق أنفسهم ، ومنهم من بدأ التصنيف بحسب تداول لفظتي الجهاد والمقاومة ، وهذا له تأثير على طبيعة العلاقة بينهم وعلى عملهم الميداني فضلاً عن عملهم السياسي والإعلامي.

ثالثاً: السياسات الإعلامية الأمريكية تجاه الرأي العام:

القوى العالمية بطبيعتها تسعى إلى كسب معركة تعد من أشرس المعارك وأهمها وأخطرها، ألا وهي معركة كسب العقول والقلوب، ومنذ سقوط الاتحاد السوفيتي وتفككه فإن أمريكا عملت جاهدة على اصطناع عدو جديد، تستطيع من خلاله تأليب الرأي العام (وبخاصة الأمريكي) عليه، وحرصت أن يتغلب عليه الجانب المعنوي تهيئة لتسويغ ضرب موقعه الحسي، فكان الإرهاب هو العدو، وكانت منطقة الشرق الأوسط (وبخاصة العالم العربي والإسلامي) هي بؤرته التي يجب إزالتها أو تطهيرها، يقول هالبر وكلارك عن التفرد الأمريكي: لقد تلاعب -المحافظون الجدد- بالقدرة المؤسسية التي تمنحها مناصبهم لجذب الرأي العام الأمريكي، إلى ما يمكن وصفه بأنه عصاب مصطنع، يدعم الأنموذج الذي وصفوه لتغيير النظام في الشرق الأوسط[١] .

(١) التفرد الأمريكي ، هالبر وكلارك ، ترجمة عمر الأيوبي ، بيروت – دار الكتاب العربي ٢٠٠٥ ، ص ٢٦٢ .

وقد مر العالم منذ إعلان نظام القطب الواحد بسلسلة من النظريات، التي تسعى لتشكيله بصورة أو أكثر نهائية أو شبه نهائية على وفق معطيات هذا النظام الجديد، منذ عصر العولمة وحتى حرب الأفكار مروراً بصدام الحضارات ونهاية التاريخ والفوضى الخلاقة.

وإذا ما اعترى بعض هذه النظريات مراجعات من قبل منظريها أو مؤيديها، فإن حرب الأفكار والفوضى الخلاقة، لا تزالان حاضرتين لأنهما انطلقتا في خضم معركة قادتها الولايات المتحدة الأمريكية، ضد عدو قديم جددته بمعايير القطب الواحد "الحرب ضد الإرهاب".

ومن أهم الدعائم التي تقوم عليها هاتان الحربان العالميتان "حرب الأفكار والحرب ضد الإرهاب " هو محاولة التأثير على الرأي العام واستقطابه، ومن هنا تأتي أهمية دراسة السياسة الإعلامية الأمريكية تجاه الرأي العام، سواءً الأمريكي والعراقي في حرب احتلال العراق، ولذا حظيت باهتمام واسع من قبل الباحثين، وسنحاول في هذا الجزء أن نعالج هذه المسألة من ثلاثة محاور رئيسة: الإعلام الأمريكي والرأي العام، والسياسات الإعلامية الأمريكية تجاه الرأي العام، والمقاومة وتأثيرها على الرأي العام.

الإعلام الأمريكي والرأي العام: يمكن أن نحدد طبيعة العلاقة بين المؤسسة الرسمية الأمريكية (السياسية والعسكرية) والرأي العام و الإعلام **من خلال ثلاث قواعد رئيسة هي:**

الأولى: الرأي العام له دور في التأثير على النظام السياسي بل اختياره: فهو يحتل في الولايات المتحدة الأمريكية أهمية في توجيه نظم الحكم، وإرشاد ساستها نحو التصرف بشكل معين، واتخاذ القرارات التي تلائم القاعدة الجماهيرية العريضة، وتتماشى مع اتجاهاتها وآرائها[1].

---

(١) الإعلام والرأي العام د. عادل عبد الغفور ص ١١ .

الثانية: أن صناعة الرأي العام أصبحت إحدى أهم وظائف الإعلام المعاصر: وذلك من خلال مساعدة الجمهور في تكوين رأي عام سليم .. وإمداده بالقدرة على ذلك .. بعرض كافة الحقائق الثابتة أمامه، وإمداده بكافة المعلومات والأخبار الصحيحة الدقيقة، التي تساعده على تكوين رأي صائب في قضايا وموضوعات الساعة، ومجريات الأمور والأحداث التي يعيشها، أو في موضوع بعينه.. فمهمة وسائل الإعلام هنا الوصول بجمهور المتلقين للرسالة الإعلامية المنوطة إلى أقصى درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك، والإحاطة الكاملة بمجريات الأمور بما يحقق تنوير الرأي العام[1].

وفي الولايات المتحدة الأمريكية، يتجلى الدور الهام الذي تؤديه وسائل الإعلام في صناعة القرار السياسي الخارجي الأمريكي، إذ تؤدي ثلاث وظائف هي: نقل آراء وأفكار الرأي العام، ورأي جماعات المصالح إلى صانعي السياسة، والتعبير عن آراء ومواقف وسياسات صانعي السياسة وكسب التأييد لها، وأخيرا تعبئة الرأي العام من قبل صانعي السياسة، إزاء القضايا المتعلقة بالشؤون الخارجية[2].

وإزاء الاهتمام بهذه الوظيفة، بذل الباحثون في علوم الاتصال جهودا كبيرة ومتواصلة في صياغة نظريات التأثير في الجمهور. وقد تنامى هذا الدور مع التطور التقني الذي شهدته وسائل الإعلام في النقل المباشر والحي للأحداث، واستقطابه لصناع القرار وتسابق هؤلاء للظهور الإعلامي وتقديم الجديد .

الثالثة: أن وسائل إعلام المؤسسات الحكومية لجذب الرأي العام إليها هي وسائل الإعلام:

ولاسيما في أوقات الحروب والأزمات ، يقول "جريك دايك" المدير العام لشبكة

---

(١) الإعلام السياسي والرأي العام ، د. عزيزة عبده.

ص ٦٧- العسكرية، رب النفسية المضادة، د. حميدة سميسم ص ٧٥ .

الإذاعة البريطانية : إنه في أوقات الحروب دائماً ما تحاول الحكومات استغلال الإعلام كأداة في تحريك الرأي العام المحلي والدولي ، ولكن النزاهة والموضوعية والإنصاف هي المبادئ التي تحمي حرية الإعلام المراقب اليقظ للديمقراطية في أي بلد[1]، ولذا حرصت المؤسسات الأمريكية على توظيف وسائل الإعلام متجاوزة هذه المعايير، حتى تطورت العلاقة بين هذه المؤسسات وشركات الإعلام إلى ما يشبه الصفقات المصلحية المتبادلة، ومما عمق هذه العلاقة تنامي القوة الإعلامية والمعلوماتية في هذا العصر، حتى تمكنت من وراثة العرش من القوة النووية والذرية، فقد يممت هذه المؤسسات وجهها إليها، لتكون إحدى أدواتها بل أهمها في صناعة الرأي العام المحلي والإقليمي والعالمي.

السياسات الإعلامية الأمريكية تجاه الرأي العام:

قبل ظهور وسائل الإعلام الجماهيري بوقت طويل، تم القبول بأن الحقيقة هي أولى ضحايا الحرب، وصار من المعلوم أن زعماء الحكومات – سياسيين وعسكريين- يحرصون على التلاعب بالرأي العام لدعم أهدافهم في الحرب، وبينما كان مثل هذا التلاعب يمكن فرضه بسهولة نسبية قبل ظهور إعلام الصحافة الحديثة، فإن وجود المراسلين في ميدان القتال، كان عبارة عن إشارة إلى تغيير في العلاقات، وأصبحت قدرة الإعلام على اكتساب ونشر معلومات مستقلة، مما يعني أن قدرة الحكومة على التحكم في الرأي العام في وقت الحرب، وقدرة الجيش على الحد من المعلومات قد ضعفت إلى درجة كبيرة [2]، وتعاظم هذا الضعف مع تطور وسائل الإعلام لاسيما في عصر القنوات الفضائية والإنترنت والجوال، ويمكن لنا أن نؤشر بعض السياسات الإعلامية التي تبنتها المؤسسة الحكومية الأمريكية، لكسب التأثير في الرأي العام بما يخدم برامجها السياسية

---

(١) ينظر الإعلام والأزمات المعاصرة ص ١٦٠.

(٢) الإعلام والمؤسسة العسكرية ، بيتر يونج وبيتر جيسر ص ٣٥.

والعسكرية، ومنها:

كسب الإعلام لتحشيد الرأي العام:

وقد اتبعت المؤسسة الأمريكية الرسمية ، إجراءات عدة لتحقيق هذه السياسة الإعلامية، ومنها :

الرقابة على وسائل الإعلام من أجل أمن المعلومات:

في أثناء الحرب الأهلية الأمريكية وبالتحديد عام ١٨٦٢م، أنشأت القوات الشمالية نظاماً رسمياً للرقابة، وقد ساعد وزير الحربية آنذاك أدين ستانتن في تأسيس نموذج للمستقبل، وبدأ في عام ١٨٦٤مـ بإصدار نشرة حربية يومية موجهة ظاهرياً إلى السلطة العسكرية الرئيسة في نيويورك، ولكنها توزع عن طريق وكالة أسوشيتد برس.

قد يكون فرض الرقابة أو الحد من حرية الإعلام، أمراً مرفوضاً في المجتمعات الديمقراطية وبسبب ضجة إعلامية كبيرة، فكان التحايل على ذلك وجعله أمراً مقبولاً، بادعاء أن الرقابة أو الحد من تدفق المعلومات أثناء إدارة الحرب تحت مفهوم أمن المعلومات، ولا يزال هذا الإجراء يلقى ترحيباً من الديمقراطيات الغربية، ومما ساعد على إنجاح هذه السياسة تزايد سيطرة الاحتكارات الكبرى على وسائل الإعلام بشكل عام وعلى تأديتها لوظائفها ومن أهمها الوفاء بحق الجماهير في المعرفة ، ذلك أن المعرفة التي تتلقاها الجماهير أصبحت هي تلك التي تسمح هذه الاحتكارات بتوصيلها للجمهور ، وهي تلك النوعية من المعلومات التي تساهم في تدعيم وتقوية الوضع القائم ، وهكذا قامت بعقد تحالف غير معلن مع الحكومة في الولايات المتحدة الأمريكية ، كما ذهب باحثون إلى" أن وسائل الإعلام فرضت على نفسها رقابة ذاتية أدت إلى حجب بعض المعلومات وتحريف بعضها الآخر"، يقول تشومسكي: فإن الجمهور لم يعلم

شيئاً عن حقيقة أعداد ضحايا حرب الخليج الثانية أكثر من تلك المعلومات الناقصة التي أعطاها البنتاغون للصحافة ووسائل الإعلام[1].

السيطرة على وسائل الإعلام لتحقيق الهيمنة السياسية:

لقد تضافرت الأدلة على هيمنة المؤسسة الرسمية على وسائل الإعلام، وميلها بصورة حتمية نحو صالح المؤسسة العسكرية، وبشكل متزايد نحو تحالف عسكري-سياسي للسيطرة على الإعلام في فترة النزاعات المحدودة، وتبين تجربة حرب الخليج الثانية (١٩٩١) وما توافر من دليل فيها، أن المؤسسة العسكرية والسياسيين قد طوروا تقديراً راسخاً لفوائد السيطرة، التي تزداد إحكاماً على الدوام على الإعلام، على الرغم من الوعود بحرية أعظم للإعلام وبالتعاون المتزايد، ولذا استغلت الحكومة الأمريكية الإعلام في محاولات حشد التأييد الجماهيري، على المستويين القومي والدولي، ولتأمين المشروعية التي تكفلها مساندة الأمم المتحدة[2]، وقد نجحت في ذلك.

يقول (هربرت شيلر)[3]: " إن الإنتاج الإعلامي الأمريكي، وبخاصة الإنتاج المصور (التلفازي والسينمائي)، والمتمثل فيما يعده متخصصون وخبراء ومستشارون لبثه عبر الشبكات التلفازية والإذاعية، وحتى نشره في الجرائد والمجلات، وما هو إلا جزء من محاولة المؤسسة الصناعية العسكرية الأمريكية إخضاع العالم للقوانين والأحكام الأمريكية.

لقد كشفت أحداث ١١ أيلول عن مدى هيمنة القوى الحكومية الأمريكية الفاعلة على وسائل الإعلام، وتمكنها من فرض نظام جديد لعمل هذه الوسائل، بعيداً عن العدالة والدقة، فقد ذكرت واشنطن بوست: أن رئيس cnn والتر

---

(١) الإعلام والأزمات المعاصرة ، هويدا مصطفى ، مصدر سابق ص ١٥٧ .

(٢) الإعلام والمؤسسة العسكرية ، مصدر سابق ص ٢٢١ .

(٣) في كتابه (الاتصال بالجماهير ٨٣.الإمبراطورية الأمريكية ص ٣٨)

ازاكسون، طلب من مراسلي مؤسسته أن يذكروا جمهورهم بالأمريكيين الذين قتلوا في أحداث ١١ أيلول، كلما تكلموا عن الإصابات المدنية في أفغانستان، وقال لهم ما نصه: إنه من الحماقة أن نركز كثيراً على إصابات الأفغانيين وظروفهم الصعبة[1].

وسبق أن ذكرنا أن القوات الأمريكية في حربها على العراق عام ٢٠٠٣ ، عمدت إلى السيطرة على القنوات الرسمية في العراق، ودعمت قنوات أخرى تبنت الخطاب الأمريكي، وقدمت دعماً لبعض الصحف الصادرة في العراق لنشر مقالات موالية للولايات المتحدة منذ غزوها للعراق، ومقالات وحكايات إيجابية عن النشاطات العسكرية الأمريكية.

استهداف الإعلام الذي لا يمكن ترويضه (سياسة تكميم الأفواه):

منذ حروبها الأولى وفي أثنائها سعت الولايات المتحدة الأمريكية إلى كسب الإعلام إلى جانبها، سواء عن طريق السيطرة عليها أو فرض الرقابة عليها، وإن فشلت في ذلك فلا تتوانى عن اللجوء إلى استهداف وسائل الإعلام والإعلاميين.

فحينما بعث المراسل الحربي (رسل)، بتقاريره الموضوعية عن الحرب الأهلية الأمريكية، اشتد الغضب بقوات الشمال، وعدت تقاريره ومراسلاته الصحفية غير وطنية، وتلقى رسل تهديدات بالقتل، وكتبت عنه مقالات تشهيرية وأطلق عليه (رسل بل رن)، نسبة إلى منطقة بل رن التي وقعت فيها المعركة التي قام بتغطيتها، ومع ذلك واصل (رسل) عمله، فكان هذه المرة عند قادة القوات المسلحة (المراسل الذي بقي فوق ما تقتضي أصول الضيافة)، وأصبحت تقاريره الحقيقية مخجلة إلى درجة أن الاعتماد الذي منح له قد سحب في عاقبة الأمر، وعند هذه النقطة بعد أن أصبح غير قادر على العمل على وفق مقتضيات حرفته،

---

(١) العرب والإعلام الفضائي ص ٨٣ .

عاد إلى بلاده.

وفي العدوان الأمريكي على العراق في عام ٢٠٠٣، شهد أوسع عملية استهداف لوسائل الإعلام، ولاسيما القنوات الفضائية العربية، التي قامت بتغطية أول حرب أمريكية على دولة عربية، وسجلت حضوراً متميزاً وإقبالاً جماهيرياً كبيراً، ليس على مستوى الدول العربية بل حتى في الدول الغربية ومنها الولايات المتحدة الأمريكية، (فقناة الجزيرة على سبيل المثال تشير تقديراتها آنذاك، إلى أن عدد مشاهديها يتراوح بين ٣٥- ٤٠ مليوناً في العالمين العربي والإسلامي، و٤ ملايين في أوروبا، و٢٠٠ ألف مشترك في أمريكا)، يقول الصحفي الأمريكي توماس فريدمان عنها: "إنها ليست الظاهرة الإعلامية الأهم، التي يشهدها العالم العربي منذ ظهور التلفاز فحسب، بل الظاهرة السياسية الأكبر شأناً من نوعها"، وحينما فشلت الإدارة الأمريكية في ترويض هذه القنوات وفي مقدمتها الجزيرة، قامت باستهدافها من خلال قصف مكاتبها وقتل العاملين فيها واعتقالهم، بل خطط الرئيس الأمريكي جورج بوش لقصف مقر القناة.

ومما يسجل على الإدارات الأمريكية، تقلب مواقفها من قناة الجزيرة، ففي ٣/١٠/ ٢٠٠١، حث كولن باول وزير الخارجية الأمريكي حينذاك أمير دولة قطر، على كبح جماح القناة، لأنها تفتقد التوازن، وتتخذ موقفاً مناهضاً للولايات المتحدة الأمريكية، وتبث بيانات انتقادية لاذعة وغير مسؤولة، ويعقب الصحفي إريك ديغنز من صحيفة سانت بيترسبرغ تايمز: إنه عمل يدعو للسخرية لأنه يأتي من مسؤول في بلد لديه صحافة حرة، وفي ١٣/ ١١/ ٢٠٠١م قصفت الطائرات الأمريكية مكتب الجزيرة في كابول، ثم إن تقرير وزارة الخارجية الأمريكية السنوي بشأن حقوق الإنسان لعام ٢٠٠٢م أثنى على قناة الجزيرة لأنها تمارس مهمتها بحرية، وأكد كينتون كيث السفير الأمريكي السابق لدى قطر لصحيفة كريستيان ساينس مونيتور (٢٠٠٢): أن الجزيرة تتبنى موقفها الخاص بها، ولا بد للمرء من مساندة الجزيرة حتى لو كان عليه استهجان توجهاتها أحياناً، وقال

كريستوفر روس السفير الأمريكي السابق لدى سوريا: أنتم في الجزيرة تعلمون أن الإدارة الأمريكية تكنّ لهذه القناة منذ تأسيسها إعجاباً شديداً.

وعندما حدثت الحرب قصفت الطائرات الأمريكية مكتب القناة في بغداد يوم ٨/ ٤/ ٢٠٠٣، وقتل مراسلها طارق أيوب، وشن بول وولفوفتز مساعد وزير الدفاع، هجوماً شديداً على القناة متهماً إياها بنشر تقارير كاذبة، وتعريض حياة الجنود الأمريكيين للخطر، ونشر روبرت فيسك مقالاً في صحيفة الإندبندت اللندنية، نقل فيه عن مدير مكتب قناة العربية في العراق: أن مكاتب المحطة وملاكاتها في العراق تعرضوا إلى تهديدات بالقصف والقتل، ومصادرة معداتها واعتقالات متكررة تنفذ كلها على أيدي جنود أمريكيين..)، وفي ٢٦/ ١١/ ٢٠٠٣مـ اتهم دونالد رامسفيلد وزير الدفاع الأمريكي، قناة الجزيرة والعربية بأنهما قد تعاونتا مع المتمردين العراقيين، فيما يتعلق بتصوير الهجمات التي يشنها هؤلاء على القوات الأمريكية، وفي آذار ٢٠٠٤مـ صرح الجنرال مارك كيميت: بأن الحل الذي لدي هو تحويل هذه القناة إلى محطة جديدة شرعية ونزيهة وجديرة بالثقة، فالقنوات التي تظهر جنوداً أمريكيين يقتلون عن عمد، نسوة وأطفالاً لا تعد مصادر إخبارية شرعية، وفي ٦ / ٨ / ٢٠٠٤مـ ألقى رامسفيلد خطاباً أمام مجلس العلاقات الخارجية في مدينة شيكاغو، أبلغهم فيه أن وسائل إعلام عربية كالجزيرة والعربية، قد ألحقتا الضرر بالمبادرة الأمريكية الخاصة بالشرق الأوسط، وأضاف: أنهما قد أقنعتا شريحة واسعة من الناس بأن الولايات المتحدة الأمريكية في العراق إنما هي قوات إحتلال، وهذه أكذوبة واضحة، وتمكنتا من إقناع أناس آخرين، بأن الجنود الأمريكيين يقتلون المدنيين الأبرياء بصورة عشوائية وهذه أكذوبة أخرى .

تضليل الرأي العام إعلامياً من أجل كسبه:

لقد دفعت المؤسسات الحكومية الأمريكية وسائل الإعلام إلى ممارسة كل

أشكال التضليل؛ لتحقيق هدفين رئيسين هما: كسب تأييده لوجهات نظر هذه المؤسسات، وزيادة نقمته على الخصوم والأعداء، على أنها حرصت على أن لا يكون التضليل مفضوحاً وبشكل سافر، وقد استجابت كثير من وسائل الإعلام لسياسات التضليل بنسب متفاوتة وبأساليب متنوعة .

ويأتي في مقدمة أساليب التضليل الإعلامي: نشر أكاذيب المؤسسات الحكومية وتزويقها لتسويقها إلى الرأي العام، ولم يعد خافياً أن حرب احتلال العراق عام ٢٠٠٣مـ قامت على أكاذيب، روجتها وكالة المخابرات المركزية ووزارة الخارجية والدفاع وحتى الرئيس الأمريكي، كوجود أسلحة دمار شامل في العراق، وعلاقة العراق بتفجيرات ١١ أيلول والقاعدة. تقول الصحفية الأمريكية بورجيسون: هناك إعلام دعائي وأخبار مزيفة، تقدم تحت قناع الأخبار الحقيقية، تقدمها لنا الحكومة الأمريكية، وفي ٢٠٠٤/١٢/٢١مـ نشرت صحيفة نيويورك تايمز قصة لم تنفها وزارة الدفاع الأمريكية، خلاصتها أن جدلاً رفيع المستوى يدور في البنتاجون، موضوعه التلاعب بالمعلومات للتأثير على الرأي العام الخارجي، بمعنى آخر الكذب على الرأي العام الخارجي وتضليله، وكان دونالد رامسفيلد قد اضطر في كانون الأول/ ديسمبر ٢٠٠٢ إلى إغلاق مكتب النفوذ الاستراتيجي، الذي افتتح بعد هجمات ١١ أيلول؛ بهدف تزويد الصحافيين الأجانب بأخبار كاذبة ومعلومات مضللة[١].

ثم يأتي أسلوب إخفاء الحقائق لتضليل الرأي العام أو التشويش عليه، وعادة يكون أثناء مواجهة أسئلة الإعلاميين الأجانب، وقد اعترف تشارلز لويس رئيس مركز النزاهة العامة للإعلام، بأن الصمت قبل الحرب وخلالها وبعدها، كان أسوأ من ذلك الذي كان في الخمسينيات.

ومنها اعتماد أسلوب التلاعب بالألفاظ والأحداث، فقد أظهرت دراسة قامت

---

(١) دراسة: الإعلام على الطريقة الأمريكية لجهاد الخازن، ص ٢٨٢.

بها (جماعة وسائل الإعلام) في جامعة غلاسكو البريطانية، في أيار ٢٠٠٢م: أن افتقار الجمهور إلى تفهم أزمة الشرق الأوسط يتفاقم بتغطية وسائل الإعلام لهذه الأزمة، وأظهرت الدراسة أن ٩٪ فقط من الشباب الذين تم استبيانهم، يعلمون أن الإسرائيليين هم محتلون، وأنهم مستوطنون غير شرعيين، ويقول البروفسور جورج فيلو المشرف على الدراسة: إن فريقه لم يجد في أي تقرير صحفي ما يشير إلى أن هجوم الفلسطينيين، هو رد على اغتيال المقاومين من قبل الاحتلال الإسرائيلي.

وفي حربها ضد العراق استخدمت فكرة الحرب الوقائية، كمفهوم لشن الحرب ضد العراق، وأن تسويقها فرض على قادة المؤسسة الحكومية الأمريكية تعديل خططهم الإعلامية، وتحويل المهمة إلى عمليات ذهنية واسعة، لتهيئة الرأي العام الأمريكي لقبول تلك المسألة دون نقاش، ولذلك نجد المذيع الأمريكي المشهور بل اوريلي على شاشة قناة فوكس نيوز، التي تعد القناة الأكثر تعبيراً عن توجهات الإعلام الأمريكي الحكومي، ينحدر في خطابه حينما يقول: يوم ستبدأ الحرب ضد صدام حسين، فإننا نتوقع من كل أمريكي أن يساند جنودنا، وإلا فليخرس، فأنا سأعتبر عدواً للدولة كل أمريكي يشكك في جيشنا[1].

ومنها القيام بتشتيت الجمهور بالتركيز على أعمال دون أخرى، أو بإدخال قضايا مؤثرة أثناء تغطية جرائم القوات الأمريكية تجاه المدنيين، وهذا الإجراء لم يشمل المؤسسات الاعلامية الأمريكية فحسب وإنما إعلام حلفائها ، تقول الصحفية اللبنانية التي غطت أحداث حرب أفغانستان ديانا مقلد: إن إحدى الصحفيات الإيطاليات، أسرت إليها أن إدارة التحرير في مؤسساتها في روما، طلبت منها الإقلال من التقارير التي تتحدث عن اللاجئين الأفغان ومعاناتهم،

(١) دراسة : احتكار الإعلام في السياسة الأمريكية ، د. صباح ياسين مجلة المستقبل العربي، السنة ٢٧، العدد ٣٠٣، أيار ٢٠٠٤، ص ٥٧ - وما بعدها.

والتركيز على حركة طالبان والقاعدة، والتسويغ الذي قدمته إدارة المؤسسة الإيطالية هو أن إيطاليا تدعم الأمريكيين في تلك المرحلة، ومن هنا يجب عدم تأليب الرأي العام ضد واشنطن[1].

تمويه التضليل تحت ذرائع يمكن تقبلها:

قلنا إن المؤسسة الحكومية والإعلام اجتهدا في عدم كشف التضليل، ولذا استخدمت سياسات إعلامية تؤثر على قناعات الرأي العام في تقبله لهذه الأساليب، أو عدم الاعتراض الشديد عند اكتشافها، ومن تلكم السياسات:

الوطنية والأمن القومي قبل الحيادية والموضوعية: لقد ظهرت على مدى السنوات السابقة مصطلحات سياسية-إعلامية عديدة، الهدف منها التمويه على التضليل الإعلامي، الذي تمارسه المؤسسة الحكومية على وسائل الإعلام، وباتت معروفة لدى القائمين على المؤسسات الإعلامية، منها مصطلحات "متطلبات الأمن القومي الأمريكي، والمصلحة القومية الطاغية تتقدم على حرية الصحافة، والحقيقة هي ملك للقضية والوطنية، ولا يجوز للصحافة التلاعب بها لأغراض الإثارة"، وقد تطورت تلك المقولات إلى أساليب ميدانية استخدمت بشكل عملي لاسيما في حروب أمريكا الأخيرة، وفي مقدمتها حرب ٢٠٠٣م.

وقد علل بعض الباحثين اللجوء إلى هذه السياسة: بمواجهة الأضرار التي يمكن أن تصيب الرأي العام الأمريكي بالعطب أو الخلل، في حال اطلاعه على الوقائع الحقيقية لمجريات ونتائج المغامرات العسكرية الأمريكية، وقد كشف عدد من المراسلين الحربيين لعدد من شبكات الإعلام التلفزيونية الأمريكية، حجم الرقابة والمنع والمصادرة لحقوقهم في التغطية الميدانية، وتعد واقعة تقديم مجموعة مكونة من تسع منظمات إخبارية وأربعة مراسلين، عريضة للاحتجاج

---

(١) دراسة: أجهزة الإعلام الغربية وموضوع الإرهاب، نبيل دجاني، مجلة المستقبل العربي، السنة ٢٦، العدد ٢٩١ (أيار ٢٠٠٣)، ص ٣٠.

أمام محكمة الولايات المتحدة المحلية في نيويورك؛ لمنعهم من المشاركة في تغطية مجريات الحرب، حدثاً يكشف التحايل على الإعلام[1].

تجاهل الصوت الآخر حتى لا يعكر مياه السياسة:

فقد اعترفت صحيفة واشنطن بوست في ١٢/٨/ ٢٠٠٤م: أنها قللت من تشكيكها بمزاعم البيت الأبيض القائلة بامتلاك العراق أسلحة تدمير شامل، فسهلت بذلك على إدارة بوش مواصلة انتهاج سياساتها الموالية للحرب، وأنها لم تُولِ الأصوات التي طرحت شكوكها وتساؤلاتها حيال الحرب ما يكفي من الاهتمام، وأقرت بالذنب صحيفة نيويورك تايمز في أيار ٢٠٠٤م، بأن المحررين بمختلف مستوياتهم، ممن كان حرياً بهم التحقق من صحة تقارير المراسلين، والدعوة إلى درجة أكبر من التشكيك بما يعد حقائق ثابتة، ربما كانوا أشد ميلاً مما يجب إلى المسارعة إلى دفع كل ما اعتبروه سبقاً صحفياً للنشر على صفحات الجريدة، وأصدرت صحيفة نيويورك تايمز كتاباً في عام ٢٠٠٤م، بعنوان (أخبار صلبة: فضائح نيويورك تايمز ومستقبل الإعلام الأمريكي)، ذكر فيه مؤلفه سيث منوكين، أن مدير تحرير الصحيفة هويل رينز سمح بنشر أخبار أثناء الحرب ثبت زيفها في وقت لاحق[2].

تسريبات إعلامية يسيرة لصرف الأنظار:

كما أنها للتمويه سمحت بتسريبات إعلامية يسيرة جداً، تظهر جرائم القوات الأمريكية مثل فضائح سجن أبي غريب وجرائم الفلوجة، وحتى هذه التسريبات قابلها بعض السياسيين بالنقد والرفض، يقول النائب الجمهوري عن كالفورنيا دنكان هنتر: أيمكننا التخلي عن خطة المراسلين المرافقين؟ الحرب كالجحيم ..

---

(١) العرب والإعلام الفضائي ص ٩٦.

(٢) دراسة صدقية وسائل الإعلام في الحرب، ريتشارد كابلان ص ٤٢٦.

ولا أعتقد أن وجود مراسلين مرافقين في ميدان القتال بهذا القدر فكرة جيدة، وأتمنى أن نتخلى عنها، وأيده النائب الديمقراطي عن تكساس سلفستر ريس، ينبغي أن لا نضع في متناول "الجزيرة" ذلك النوع من المواد الدعائية، التي حصلت عليها خلال اليومين أو الثلاثة الماضية، ودافع الجنرال مايكل هاجي قائد المارينز عن وجود الصحفيين المرافقين، لأن ما يقدمونه من تقارير إيجابية أكثر بكثير من هذه التسريبات: وهم أبقوا الرأي العام الأمريكي، على دراية بما يقوم به أولئك الفتية الأمريكيون الرائعون، حيث الغالبية العظمى منهم تبذل مجهوداً هائلاً، والصحافة الأمريكية تؤدي دوراً مهماً في نشر هذه المعلومات، لذلك فإنني شخصياً لن أفرط في شيء يحقق نجاحاً كبيراً.

أبلسة الخصوم (وشيطنتهم) لتحويل الرأي العام عنهم

في إطار حملتها لكسب التأييد لحربها ضد العراق، سعت المؤسسة الحكومية الأمريكية لأبلسة خصومهم وشيطنتهم، وقبل الحرب اتبعت هذه السياسة تجاه الأمم المتحدة بشخص أمينها العام كوفي عنان، والنظام العراقي بشخص الرئيس صدام حسين.

ففيما يتعلق بكوفي عنان، فإن أبلسته جاءت نتيجة عدم حماسته للحرب على العراق، وأنه سمح على مدى ثلاثة أيام متتالية لـ ٦٤مسؤولاً من أركان العالم الأربعة، بإلقاء خطبهم أمام مجلس الأمن، ولم يكن بينهم من أيد الحرب، وتولى هذه الحملة متطرفو الإدارة الأمريكية ومؤيدوهم، أمثال ريتشارد بيرل رئيس مجلس سياسات الدفاع، والسناتور الجمهوري نورم كولمان والبروفسورة آن بايفسكي، وغيرهم من الصهاينة كدوري جولد ووليام سافاير، وكانت دوافع هذه الحملة: اتخاذ قرارات ضد الدولة الصهيونية وضد الحرب على العراق، فكانت مؤلفات ومقالات التشهير والإسقاط، منها ما نشرته صحيفة نيويورك تايمز تحت عنوان (عنان غيت)، ودعت الصحيفة في مقال آخر إلى استقالة عنان، لأنه جلب

العار على الأمانة العامة للأمم المتحدة، بالتقاعس أولاً وبالعرقلة ثانياً، وما نشرته صحيفة وول ستريت جورنال (أنه حان وقت استقالة عنان، وأنه لو حصل هذا الفساد الواسع النطاق في أي منظمة عالمية محترمة، لاستقال رئيسها قبل وقت طويل لئلا يلاحقه العار، وفي حملتها ضد عنان طالبت صحيفة ناشونال ريفيو اليمينية "باستقالته إذا كان شريفاً، وبإقالته إن لم يكن..، وقد ركزت هذه الحملات على ما سمي فضيحة النفط مقابل الغذاء، الذي ساهم في تحسين وضع الشعب العراقي، وتقوية النظام في علاقاته الخارجية الدولية، كما اتهم بأنه حرف الأمم المتحدة وجعلها قائدة الحملة اللاسامية، واتهمته صحف إسرائيلية: بأن الأمم المتحدة في ظله خانت مبادئها، وتركت كونفدرالية من العالم الثالث تساعد الإسلام الراديكالي بكل وسيلة ممكنة ... وأنها بشكلها الحالي لا تستطيع ضمان حياة واستمرار مدنيتنا" ، ووصفته مؤسسة هرتدج التابعة للمحافظين الجدد بأنه بطة عرجاء ، ووصفت دانيال بليتكا مديرة معهد أمريكان انتربرايز الأمم المتحدة في ظل عنان بأنها: متعفنة وفاسدة.

ونحن على الرغم من تحفظنا على هذه المنظمة، إلا أننا قصدنا توضيح الدور الأمريكي في ذلك، من أجل صرف أنظار الرأي العام الأمريكي عن موقف الأمم المتحدة الرافض للحرب على العراق، والذي أدى إلى خروج المظاهرات المليونية المناهضة لهذه الحرب في أوربا وأمريكا نفسها.

كما عمل الرئيس الأمريكي جورج بوش على أبلسة خصومه، وفي مقدمتهم الرئيس العراقي وقد مر بنا سابقاً قوله : إن العراق غزا بلدين خلال السنوات الاثنتين والعشرين الماضية، وهذه إحدى هفواته، إذ علق رامزي كلارك وزير العدل الأمريكي الأسبق: أن أمريكا في هذه المدة نفسها غزت أو اعتدت مباشرة على غرانادا ونيكاراغوا، وليبيا وبنما وهاييتي والصومال والسودان والعراق ويوغوسلافيا وأفغانستان، وساعدت عمليات غزو لأقطار عديدة في جميع أنحاء العالم.

وفي الحرب على العراق ولاسيما عند اشتداد المقاومة العراقية عمدت المؤسسات الأمريكية إلى شيطنة المقاومة ونعتها بكل وصف يرسخه مثل أعداء الحرية والديمقراطية، فلول النظام، المتوحشون، قتلة المدنيين الأبرياء وغيرها...

استهداف الرأي العام المحلي بما يحاكيه (سوا والحرة عراق)[1]:

إن هذه الخطوة تمثل السياسة الأمريكية في احتكار الإعلام التي شهدها عهد الرئيس بوش الابن ، ومنها إقرار لجنة الاتصالات الفيدرالية في حزيران ٢٠٠٢ السماح لشركة واحدة بامتلاك عدد من المحطات الإذاعية الأمريكية ، بينما كان الحد الأقصى للملكية المسموح بها لشركة واحدة هو ٣٥٪ ، وتدخلت الإدارة الأمريكية كطرف مباشر في إنتاج وتسويق الإعلام ، بعد أن وافق الكونكرس على تخصيص مبلغ ٣٧ مليار دولار لتمويل وكالة فيدرالية تعمل في مجال الإعلام ، وعلل ذلك مايكل باول رئيس لجنة الاتصالات الفيدرالية في صحيفة هيرالد تريبيون قائلاً: إن الأمر يتعلق بالقيم الأمريكية، كما يتعلق بمدى الأمريكيين بأهمية التنوع في الأداء[2]، وربما تكون خطوة إطلاق قناة الحرة وغيرها نابعاً من الاعتقاد لدى المسؤولين الأمريكيين بأن مواقفهم وآراءهم وتصريحاتهم السياسية لا تصل بشكل جديد إلى المواطن العربي ، أو بأن وسائلهم التي تعمل بالنيابة وبتوجيه غير مباشر أضحت مكشوفة وعاجزة عن أداء تلك المهمة[3] ، أو للنجاح الذي مثلته القنوات الفضائية العربية في استقطاب المشاهد العربي وحتى

---

(١) إن تجربة الأمريكية في محاكاة الشعوب التي تستهدفها بإعلام ذي صبغة محلية لها سوابق في العالم ، ومنها إذاعة أوربا الحرة الموجهة نحو شعوب الدول الاشتراكية ، وتلفزيون مارتي الموجه إلى كوبا ، وإذاعة صوت أمريكا ، وإذاعة الحرية في براغ باللغة العربية والأخيرة موجهة للعراق بعد عام ١٩٩١، ويدير المكتب الأمريكي للبث الإذاعي (B.B.G) ، الوكالة الفيدرالية المكلفة بالإشراف على جميع هذه المؤسسات ومنها راديو سوا وقناة الحرة عراق .

(٢) دراسة للدكتور صباح ياسين: احتكار الإعلام في السياسة الأمريكية، مصدر سابق، ص ٦٠ - وما بعدها.

(٣) العرب والإعلام الفضائي ص ٩٩ .

الغربي مما شكل تهديداً لكشف السياسات والممارسات الأمريكية في المنطقة.

لقد مثل انطلاق قناة الحرة باللسان العربي ذي الهيئة الأمريكية ليغزو الإعلام العربي في عقر داره ، ومعلناً بداية مرحلة جديدة من النشاط السياسي الإعلامي الأمريكي في المنطقة العربية يتجاوز الخطاب الرسمي للإدارة نحو خطاب إعلامي يتشابك مباشرة مع الواقع[1] ، وبذلك يمكن السيطرة على توجيه الرأي العام العربي ومنه العراقي وتشكيله على وفق التوجهات الأمريكية في المنطقة ، وجعلها مقبولة وان كانت على حساب مئات الآلاف الأبرياء جراء حرب متواصلة.

السياسات الإعلامية في الحرب النفسية وحرب الشائعات:

في الحرب على العراق بادرت أمريكا إلى شن حرب نفسية، واستطاعت أن تسيطر عليها، مما مهد لها أن تكسب المعركة عسكرياً بسرعة فاجأت الجميع ومنهم قادة الحرب واستطاعت أن تسقط النظام والدولة العراقية، ومن ثم إحتلال بغداد في يومين وبعد تسعة عشر يوماً من بدء العمليات العسكرية، ومما ساعد أمريكا على تحقيق هذا النصر هي المعنويات المنهارة للقيادة والجند، وحتى التشكيلات الأمنية والحزبية إضافة إلى عامة الناس.

وبعد التاسع من نيسان ٢٠٠٣ بدأت معركة جديدة، لم تكن في حسبان القيادة الأمريكية، تميزت بأن خصمها الجديد يستند إلى عقيدة دينية، وهذا ما كانت تخشاه مما جعلها تسارع إلى إعداد جديد لحرب نفسية تتطلب جهداً كبيراً وإقناعاً ليس من السهولة تحقيقه.

ومما ينبغي إقراره أن تأثير هذه الحرب اشتد وحقق نتائج في الرأي العام خارج العراق بسبب أن الجهاد في العراق يواجه حصاراً إعلامياً فرضته الماكينة

---

(١) المصدر السابق ص ٩٢.

الإعلامية الأمريكية، التي ألزمت نقل المادة الإعلامية عن طريق الانضمام إلى فريقها الإعلامي، وإلا تحمل مسؤولية سلامته، وأول ما عملت عليه قوات الاحتلال في حربها النفسية ضد المجاهدين والمقاومة الوطنية هو تشويهها، وافتراء الأكاذيب عليها وأول المزاعم بأن المقاومة هي من بقايا النظام السابق الساعين إلى إعادة عقارب الساعة إلى الوراء، وحاولت أن تحمل المقاومة تبعات كل ذلك وبخاصة أن جراحات أكثر العراقيين ما زالت تنزف من جرائمه، ومما أعان أمريكا على ربط المقاومة بالنظام تواصل رئيس النظام السابق بإرسال رسائله الصوتية، وعدم إعلان أغلب المجاميع عن نفسها، وكذلك التهويل الإعلامي للمقابر الجماعية سواء التي ارتكبها النظام السابق أم التي لم يرتكبها، ويبدو أن هذه الدعاوى لم تؤثر على غالب الرأي العام المؤيد للجهاد والمقاومة، ومن باب أولى المجاهدون ومما ساعد على تقويض هذا الأمر اعتقال الرئيس السابق، وإعلان بعض المجاميع الجهادية عن هويتها، بعد ذلك روجت الوسائل الإعلامية مصطلح المثلث السني، والذي أريد منه حصر المقاومة بفئة أشيع أنها الجهة التي انتفعت من النظام السابق وهم العرب السنة، وكذلك لإثبات دعوى الأقلية السنية في مقابل الأغلبية الشيعية، والتي تؤيد أمريكا وما تفعله بالعراق، وكذلك حصرها في منطقة جغرافية ضيقة، أصبحت فيما بعد هدفاً لأوسع العمليات العسكرية وحملات الإبادة، وعندما تهاوى هذا الأمر أيضاً بسبب توسع المقاومة ودخول أطياف أخرى إضافة إلى سقوط دعوى الأغلبية الشيعية خاصة بعد الانتخابات الأولى، فكان لا بد من إثارة شبهة أخرى تجلت بدعوى المقاتلين الأجانب وتهويل شأنهم، وحصر القتال بهم، وما تبعه من ترويج مصطلح الإرهاب وما صاحبه من عمليات استهدفت الأبرياء، وبصورة وحشية لا يرتاب أحد بضلوع دوائر مخابراتية لدول لها مطامع ونوايا سيئة في العراق، وهدفت قوات الاحتلال من ذلك تشويه المقاومة الجهادية والتقليل من شأنها أولاً، وفي تحشيد الدعم الدولي والدعم الداخلي في الولايات المتحدة لغرض تبرير الاستمرار

بالاحتلال، وتخصيص الأموال الطائلة التي تجاوزت كل التوقعات، كما استغلتها القوى الموالية للاحتلال والمعادية للمقاومة داخل العراق، لتبرير منهجها وتحالفها مع الاحتلال، وتقدم نفسها على أنها البديل الأنسب الذي يستحق التعامل معه من بين القوى العراقية، وتمادياً في تغييب الجانب العراقي في الجهاد والمقاومة، ردد الإعلام الأمريكي والإعلام المنقاد له بعدم وجود مشاريع سياسية لهذه المجاميع وعدم وجود قيادات معلنة، وكذلك إثارة مصطلح المقاتلين الأجانب والقيادة الأجنبية، ولا يخفى على مطلع أسباب عدم إعلان القيادات الجهادية عن نفسها لدواع أمنية ، خاصة وإنها تخوض حرب مدن مع قوات الاحتلال والقوات الموالية لها وانتشار الجواسيس والعملاء والمكافئات المغرية.

إذن فالإعلام بأنواعه المختلفة، المسموعة والمقروءة والمرئية وتقنياته المتقدمة في هذا العصر ،يعد من أهم وسائل الجهاد والحرب النفسية واستخدامه في حال القتال ضرورة ملحة لبث الروح الانهزامية في الأعداء، وقذف الرعب في قلوبهم، وإظهار قوة المسلمين المجاهدين،[1] لذا ينبغي على المجاهدين في العراق أن يستفيدوا منه في جهاد أعدائهم وأعوانهم وإذلالهم ونشر الرعب والخوف بين صفوفهم.

ومن أبرز السياسات الإعلامية التي اتبعتها المؤسسات الأمريكية ضد المقاومة للنيل من معنوياتها أو تنفير حواضنها وتأليب الرأي المحلي والداعم لها:

صياغة منطلقات دعائية ضد الخصوم وتضخيمها :

ويمكن تحديد تلك المنطلقات الدعائية التي يروج لها المحتل وأعوانه من خلال تحليل الخطاب الإعلامي والإعلانات الحكومية وخاصة المتعلق منها بالجانب الأمني والخدمي، والتي أصبحت من وسائل الضغط على وسائل الإعلام

---

(١) أحكام المجاهد بالنفس في سبيل الله ص ٤٠٢

لكي تتبنى مواقف الاحتلال وأعوانه وإلا عوقبت بالحرمان من الإعلانات، وكذلك من خلال تحليل البيانات التي تصدر عن قوات الاحتلال والحكومة الموالية له، وأيضا اللقاءات الإعلامية مع رموز الاحتلال وأعوانه والتي تنشر في وسائل.

ويمكن إجمال بعض المنطلقات الدعائية التي يستند عليها المخطط الدعائي للاحتلال والحكومات الموالية له في العراق على مرحلتين: الأولى؛ قبل الحرب وحتى احتلال بغداد؛ والثانية بعد احتلال بغداد وظهور المقاومة العراقية.

المنطلقات الدعائية الأمريكية في حربها النفسية قبل الحرب وحتى احتلال بغداد:

١- الإصرار على الربط بين الإرهاب ونظام الحكم في العراق.

٢- الإصرار على امتلاك العراق أسلحة الدمار الشامل.

٣- إبراز أن الهدف من الحرب على العراق هو تحرير شعب العراق وإقامة الديمقراطية وإعادة الاعمار.

٤- إقناع القوات الأنجلو أمريكية بأن مهمتها لن تستغرق وقتاً طويلاً، وكذلك إقناع الرأي العام بأن هذه الحرب لن تطول كثيراً مستشهدة بحرب ١٩٩١م.

٥- الترويج لأسلحة التدمير الذكية.

٦- إطلاق اسم التحالف على قوات الغزو الأنجلو أمريكية تشبهاً بتحالف تحرير الكويت، أو للإشارة إلى إتمام ما انتهت إليه الحرب السابقة.

٧- إبراز نتائج استطلاعات الرأي في أمريكا المؤيدة للتدخل العسكري في العراق[1].

---

(١) ينظر إلى جريدة الشرق الأوسط في عددها الصادر يوم ٦/ ٤/ ٢٠٠٣م، مع بعض التصرف والإضافات.

المنطلقات الدعائية الأمريكية في حربها النفسية بعد احتلال بغداد وظهور المقاومة العراقية:

١- الادعاء بأن الحكومة في العراق هي حكومة وطنية منتخبة من قبل الشعب وهي تمثل كل أطياف الشعب العراقي، وأنها سوف تنقذ العراق إلى بر الأمان والاستقرار والازدهار الاقتصادي، وأن العائق الوحيد الذي يحول دون تحقيق الحكومة لبرامجها التنموية هم المسلحون الذين يعارضون العملية السياسية.

٢- الادعاء بأن الذين يقومون بالعمليات المسلحة هم طرفان الأول: من بقايا النظام السابق الذين يريدون العودة بالعراق إلى الحكم الدكتاتوري المستبد والذين لا يروق لهم أن يروا عراقاً ديمقراطياً تنتخب حكومته من الشعب، والثاني هم من المقاتلين العرب الذين قدموا من الخارج ويريدون تصفية حساباتهم مع أميركا على أرض العراق، دون الاكتراث بالويلات التي لحقت بشعبه جراء هذا الصراع.

٣- الادعاء بأن المجاميع المسلحة بدأت تنهار وأن معظم المنتمين لها قتلوا أو تم القبض عليهم وزجهم في السجون وأنها مسألة وقت حتى ينتهي العمل المسلح ضد الاحتلال وأعوانه.

٤- الادعاء بين الحين والآخر بأن قوات الاحتلال أو القوات الحكومية ألقت القبض على أحد القياديين في التنظيمات المسلحة، بهدف إشعار المجاهدين بالإحباط والضعف وجعل اليأس يتسرب إلى نفوسهم.

٥- الادعاء بأن القوات(متعددة الجنسيات) باقية في العراق لمساعدة العراقيين على بناء بلدهم الديمقراطي، بعد أن خلصتهم من النظام الدكتاتوري القمعي، وهي حريصة على القضاء على الإرهابيين الذين لا يريدون لهذا البلد أن يعيش بسلام.

٦- إطلاق الصفات السلبية على المجاميع المسلحة واختزالها في مسميات منفرة لدى الرأي العام المحلي والعالمي مثل (الصداميون والتكفيريون) وبالتالي فهؤلاء إرهابيون ولديهم أهداف لا تلتقي مع أهداف العراقيين، ويجب على الجميع محاربتهم.

٧- الادعاء أن الخطط الأمنية التي تنفذها القوات الحكومية وقوات الاحتلال تهدف إلى إحلال الأمن والسلام للمواطنين كافة وإلى تخليصهم من الإرهابيين من (التكفيريين والصداميين) وأنها تستهدف الإرهاب أينما وجد دون تفريق بين منطقة وأخرى.

٨- الادعاء أن المجاميع المسلحة تهدف إلى إحداث الفتنة الطائفية وجر العراق إلى حرب أهلية تحرق الأخضر واليابس لكي يخلقوا الأجواء المناسبة لبقائهم.

٩- الادعاء أن الأهالي في المناطق التي تحدث فيها الهجمات المسلحة على المحتل وأعوانه وقعوا أسرى بأيدي المسلحين الذين يسيطرون على تلك المناطق، وأن المسلحين يعرضون حياة المدنيين للخطر باختبائهم في المدن أثناء مهاجمة قوات الاحتلال والقوات الحكومية التابعة لها، وأن القوات الحكومية وبإسناد من قوات الاحتلال سوف تقوم بتحريرهم من هؤلاء المسلحين.

١٠- الادعاء بأن العشائر في المناطق التي تحصل فيها المقاومة المسلحة قد توحدوا تحت راية شيوخ تلك العشائر، وأنهم يريدون طرد المسلحين من أراضيهم والمشاركة في العملية السياسية تحت راية الحكومة الطائفية وما دعم مجلس (إنقاذ الأنبار) إلا دليلاً على ذلك ومحاولة توسيعه إلى المحافظات الأخرى وتصاعد الترويج الإعلامي له .

١١- الادعاء أن المسلحين يستهدفون المدنيين الأبرياء سواء بسياراتهم المفخخة أو بعبواتهم الناسفة.

١٢- الإدعاء بأن المجاميع المسلحة ترتبط بمخابرات دول أجنبية لها أجندات

تريد تحقيقها على أرض العراق، وهم لا يكترثون لشعب العراق واستقرار أمنه ووحدة أراضيه.

١٣- الادعاء أن المجاميع المسلحة التي تقاوم مشروع الاحتلال ليست لديها رؤية واضحة لمستقبل العراق وليس لهم برنامج سياسي، وهم لا يستطيعون قيادته، والهدف من أعمالهم المسلحة هو إحداث الفوضى للحيلولة دون استقرار العراق.

توظيف المنافقين في صفوف الخصم لزعزعته:

يعول العدو كثيراً على عيونه ورجاله في عمق ساحة الجهاد والمقاومة وهو ما أطلق عليه في التأريخ المعاصر (الطابور الخامس)، وفي الإسلام يتمثل جلياً في المنافقين الذين يظهرون الإسلام ويبطنون خلافه ، وفي الجهاد يظهرون نصرته وهم يعملون على هدمه وتدميره وإهلاك أهله وكشفهم للعدو وافشال مشروعه.

ومن أخطر أهداف الاختراق: الاطلاع على خطط المجاهدين وأسرارهم وأسمائهم، وإيصالها إلى أوليائهم المحتلين حتى يقطعوا على المشروع الجهادي أهدافه ويعرضوا أهله للبلايا والمحن .

الاستخدام المفرط في القوة واستهداف المدنيين ومناطق المجاهدين:

ومن أشد أساليب الحرب النفسية التي انتهجتها القوات الأمريكية والتي وجهتها للذين يؤيدون الجهاد ويدعمون المجاهدين هو تدمير المدن المجاهدة وتهديم البيوت على ساكنيها من خلال عمليات عسكرية واسعة وبمشاركة القوات العراقية الموالية لها واستخدام الأسلحة المحرمة دولياً.

الإساءة إلى المعتقلين وذويهم:

ومن أساليب حربهم النفسية شن المئات من حملات الاعتقال التي طالت

الآلاف من أبنائها حتى النساء والأطفال، والتعذيب الوحشي غير الإنساني وغير الأخلاقي بحق المعتقلين من أجل المساس بكرامتهم وإذلالهم أمام أهاليهم بل بلغت صلافتهم نشرها على وسائل الإعلام.

وعلى الرغم من ذلك فإن الحرب النفسية ما زادت المجاهدين إلا ثباتاً وإصراراً، وشهدت الساحة العراقية تصعيداً في العمليات الجهادية، مما أحرج قيادة الاحتلال الأمريكي وكذلك الحكومة العراقية، فجاءت فكرة التشويه الإعلامي للمجاهدين فكانت فضائح سجن أبو غريب» والتي جاءت مباشرة بعد هزيمة القوات الأمريكية في موقعة الفلوجة الأولى (نيسان ٢٠٠٤) وكذلك برنامج (الإرهاب أمام العدالة) سيئ الصيت والذي امتلئ بالأكاذيب، والذي يدفع الشخصيات الدينية تحت الإكراه والتهديد بالاعتداء على الأعراض، للاعتراف بأمور سيئة لم يرتكبوها ثم تمادت وسائل الإعلام الموالية للاحتلال في تشويه المواقف الوطنية فضلاً عن الجهادية من خلال الإعلانات التي تبثها، وإن ظن بعضهم أنها تسريبات ، فإنها لا تخلو من القصدية التي تتوجه برسالته المفزعة إلى المرابطين في ميدان الجهاد والمقاومة..

يقول أمير الجيش الإسلامي في العراق: لقد مارست وسائل الإعلام العراقية والغربية وأكثر وسائل الإعلام العربية دوراً إجرامياً بشعاً ضد المجاهدين في العراق، ولقد قامت قناة العراقية المجرمة الأثيمة بأبشع دور وأسوأ عمل مما لا يخفى على كل شريف فهي قناة طائفية قذرة لا تعرف للحق طريقاً، ولا للخلق مسلكاً ولا للكلمة الطيبة منبعاً، ولا تعرف إلا تمويه الحقائق وامتهان الكذب والدعايات الإجرامية والدجل الواضح، ... وكل ما تظهره قناة العراقية من قصص واعترافات باسم المجاهدين أو ما يسمونهم بالإرهابيين فهو كذب فاضح ودجل واضح[1].

---

(١) مجلة الفرسان العدد التاسع

ثانياً حرب الشائعات:

هي جزء من الحرب النفسية ولخطورتها أفردناها لاستيفائها.

فالشائعات أو الإشاعات جمع شائعة أو إشاعة وهي في اللغة: الخبر ينتشر ولا تثبت فيه[1].

ويعرفها الإعلاميون: بأنها الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع، أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو النوعي، تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة أو عدة دول أو النطاق العالمي بأجمعه[2]، ويعرفها آخرون:بأنها فكرة خاصة ليؤمن بها الناس تنتقل من شخص إلى آخر ويتم هذا عادة بواسطة الكلمة التي يتفوه بها الناس دون أن تستند إلى دليل أو شاهد[3].

خطورتها:

يعد علماء الحرب النفسية الإشاعة من أهم الأسلحة التي يلجأ إليها في الحرب داخلياً وخارجياً، لأنها تثير عواطف الجماهير وتعمل على بلبلة أفكارهم، وتثير فيهم الشكوك والريب وتحطم معنوياتهم، وتفقدهم الثقة بأنفسهم وبقادتهم وتنشر الفتن والضغائن بين الطوائف والطبقات، وكل ذلك من العوامل التي تفكك وحدة الأمة وتصدع كيانها[4]، ولذا تستخدمها وسائل الإعلام كسلاح يغتالون به سمعة أعدائهم تمهيداً للقضاء عليهم، كما أنها تسمم الجو من حول الناس بأخبار ملفقة أو مفتريات أو ضباب يحجب الرؤية الصحيحة للواقع، فلا

---

(١) الحرب النفسية:٦٢

(٢) الرأي العام والحرب النفسية: د. مختار التهامي ص١٢٧

(٣) الرأي العام وحرية الصحافة: حسنين عبد القادر ص١٤٠

(٤) الرأي العام وأثره بالإعلام والدعاية ص١٧٦

يتنفس الناس إلا دخاناً خانقاً من الأخبار المزعجة ولا يشمون إلا ريحاً كريهة من التزوير، وتضييع الحقيقة في مثل هذا الجو وسط ذلك الركام الهائل من الأخبار خاصة إذا اعتقد الناس أن لا دخان بدون نار، فأي خبر في نظرهم ينبغي أن يكون فيه ولو مقدار ما من الصحة والواقعية، ومن هنا فإن من يدير حملة الشائعات يستطيع أن يتلاعب بأعصاب الناس ويدمر من نفسيتهم كما خطط وأراد ولاسيما إن لم يكن في وسط من تمارس عليه هذه الوسائل والأساليب القدر الكافي من الوعي والترابط والثقة فإن الإشاعة حينئذ تكون القاضية.

أنواعها:

تقسم الشائعة باعتبار موضوعها إلى إشاعة سياسية وعسكرية واقتصادية.

وتقسم باعتبار أساليبها إلى إشاعة اتهامية وتوقيعية وإشاعة فظائع مروعة وإشاعة جنسية.

وتقسم باعتبار وقت انتشارها إلى إشاعة بطيئة زاحفة وسريعة طارئة[1].

وتقسم باعتبار دوافعها إلى: شائعة الأماني وشائعة الكراهية وشائعة الخوف[2]، وهذا التقسيم يعطي توصيفاً لتأثر الرأي العام بها ولارتباطها المباشر بعمل المجاهدين لذا سنفصل القول فيها مع إيراد السياسات الإعلامية الأمريكية في توظيفها للنيل من خصومهم.

شائعة الأماني: ودافعها الرغبة في تحقيق الرغبات والأماني فتنتشر هذه الشائعة بسرعة بين الناس لأنها تشعرهم بالرضا وتشبع فيهم هذه الرغبات،وخطورة هذه الشائعة في انتشارها عند أوساط الذين يميلون إلى الدعة والرخاء، ومن أمثلتها في الحرب الأمريكية على العراق (شائعة التحرير والديمقراطية)فهذه الشائعة

---

(١) الحرب النفسية : نوفل ص ٣٦.

(٢) بحوث في الإعلام الإسلامي: ص١٦.

روجت لها الماكينة الإعلامية لقوات الغزو الأمريكي للعراق قبل بدء المعركة وادعت أن العراقيين سوف يستقبلون القوات التي تحررهم من النظام السابق بالورود والأفراح وفعلاً صورت ذلك وسائل الإعلام بالتنسيق مع مواليهم الذين جاؤوا معهم، وسمي الحدث تحريراً والقوات محررة، وعاش الناس في أحلام الديمقراطية والمساواة والتعمير، ووسائل الإعلام تزين ذلك من أجل امتصاص ردة الفعل، ولم ينج من هذه الشائعة إلا المجاهدون ومؤيدوهم، ثم انكشف زيف هذه الشائعة للعالم أجمع ومنهم المروجون لها بل بدؤوا يتندرون بها.

شائعة الكراهية: ودافعها التعبير عن شعور الكراهية والبغض وخطورة هذه الشائعات بأنها تساعد على نشر الخصومة والبغضاء بين فئات الشعب وبين المجاهدين بل بين المجاهدين أنفسهم، ويمثل لها بـ (شائعة الإرهاب واستهداف المدنيين) فقد تصدرت هذه الشائعة وسائل إعلام العدو وحلفائه، خاصة بعد تصاعد وتيرة الأعمال الجهادية وتزايد الدعم والتأييد الشعبيين لها، ليس على مستوى العراق وإنما العالم العربي والإسلامي والدولي، ومما زاد الترويج لهذه الشائعة تصاعد الأعمال الإجرامية ضد الأبرياء والأطفال، وكان الهدف منها تشويه العمل الجهادي وتقليل الدعم والتأييد الشعبي له، بل وتخويف الناس منه خاصة بعد ترتيب المساءلة القانونية على ذلك[١].

شائعة الخوف والقلق: ودافعها سيطرة الخوف والقلق على الناس فالإنسان في حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة لا أساس لها من الصحة، وتسبب الشائعة التي تستند إلى ذلك أضراراً جسيمة، لأنها تعمل على نشر الخوف وإشاعة الذعر في الناس، وإذا استولى الخوف والذعر على الناس ضعفت معنوياتهم وانهارت ثقتهم بأنفسهم، ويمثل لها بـ (شائعة الحرب الطائفية والأهلية) فبعد الفشل السياسي التي منيت بها العملية السياسية التي ترعاها الإدارة الأمريكية

---

(١) ينظر قانون "الإرهاب"

في العراق وانكشاف المأزق الأمريكي سعت إلى ترويج شائعة الحرب الأهلية وليس تأثيرها على الوسط الشيعي بقدر ما سعت إلى ترويجها في أوساط أهل السنة لدفعهم إلى المشاركة في العملية السياسية، ومن ثم كسب رضاهم في إبقاء قوات الاحتلال فهي أهون عليهم من فرق الموت والميلشيات الطائفية، وكذلك فتح جبهة واسعة أمام المجاهدين وإضافة تحد جديد أمامهم، تذمر من وجوده أهل السنة وطالبوا المجاهدين بصده، لذا على المجاهدين أن يحرصوا على التأكيد للناس عدم قيام حرب أهلية بالمفهوم الشعبي وان كان الصراع السياسي قائماً.

لقد أخذت حرب الشائعات حيزاً كبيراً في الجهاد العراقي لأن طبيعة المعركة جعلت المجاهدين يعيشون وسط الناس وليسوا بمنحازين في معسكرات خاصة بهم، ولذا فإن تأثير الشائعة على العمل الجهادي يكون أولاً على الناس باعتبارهم محيط هذا العمل، وثانياً على المقربين من المجاهدين خاصة عند تفاوت مستوى الالتزام والقدرة على التحمل ، وأخيراً على المجاهد نفسه بسبب هذه الضغوطات.

المبحث الثالث

سبل المواجهة والتصدي

والتساؤل الأهم: كيف يواجه الإعلام الجهادي المقاوم هذه الحروب؟

بعد أن أدركنا أن المقاومة الجهادية للاحتلال الأمريكي بكل أشكالها تواجه اليوم حرباً شعواء من قبل المحتل وأعوانه، وقد وظف العدو الأمريكي كل طاقاته في هذه الحرب بدءاً من أسلحته المتطورة وأمواله الطائلة وماكينته الإعلامية الدعائية الضخمة، واستخدام نفوذه في الضغط على وسائل الإعلام الأخرى لتسير في ركب مخططه الدعائي.

وقد دأب المحتل على تشويه صورة المقاومة الجهادية في أذهان الرأي العام المحلي والعالمي من خلال التلفيق والدعاية الكاذبة، ومن خلال عرض أعمالها على أنها إرهاب يستهدف المدنيين، وأن الذين يقومون بالعمليات المسلحة هم عبارة عن أناس متخلفون لا يريدون لهذا البلد (العراق) التقدم بل يريدون الرجوع به إلى عصور التخلف والظلام[1].

لذا فمواجهة السياسات الإعلامية الأمريكية التي اتبعتها في الحرب الدعائية النفسية تتطلب جهوداً إعلامية تبذل من قبل المختصين الإعلاميين، الذين يبنون حربهم الإعلامية وفق آلية مدروسة ومخطط لها، وأن تقوم الخطط الإعلامية والدعائية للإعلام الجهادي على أسس علمية تعتمد تقسيم الجمهور المستهدف والهدف من الرسالة الإعلامية ومن ثم اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة لتوصيل تلك الرسالة إلى الجمهور.

ولابد لهذا المخطط الإعلامي أن يقف على الأسس والمنطلقات الدعائية التي

---

(١) علماً إن جيمس بيكر وزير خارجية بوش الأب صرح في محادثاته مع مسؤول عراقي بجنيف عام ١٩٩١م بأن العراق سيعود إلى العصر الحجري.

يستند عليها المخطط الدعائي للاحتلال وأعوانه، ليتسنى له بناء خططه في الرد على تلك الادعاءات وتفنيدها، واستخدام الوسائل الإعلامية المناسبة لإيصال الرسائل الإعلامية التي يراد إيصالها والتي سيتم تحديدها وفقاً للجمهور المستهدف.

وبذلك فإن المجاميع الجهادية بحاجة إلى إنشاء مركز إعلامي متخصص بالإعلام الجهادي يدار من قبل المختصين والأكاديميين من الإعلاميين ويستعين بخبرات المحللين السياسيين والعسكريين، ويقوم المركز بالمهام والواجبات الآتية:

أولاً: تصوير العمليات الجهادية التي تستهدف المحتل وأعوانه بالصور الفوتوغرافية وصور الفيديو، من خلال توزيع آلات التصوير على مندوبين يرافقون المجاهدين في عملياتهم المسلحة وقد قطعت المجاميع الجهادية شوطاً طيباً في ذلك.

ثانياً: الاستعانة بالخبراء الإعلاميين الذين يستطيعون مجاراة العمل الإعلامي والدعائي للمحتل وأعوانه، والرد على الشائعات التي يروج لها بهدف النيل من أعمال المقاومة الجهادية، وكذلك يقوم هؤلاء الخبراء بوضع الخطط الدائمة والخطط المؤقتة لعمل الإعلام على الساحتين المحلية والعالمية.

ثالثاً: الاستعانة بخبراء فنيين في المونتاج التلفزيوني وتوفير الأجهزة الحديثة لمتطلبات عملهم، لكي يقوموا بإنتاج الرسائل الاتصالية وما تحتاج إليه من تقطيع ومؤثرات صوتية وصورية.

رابعاً: الاستفادة من الإعلاميين العاملين في وسائل الاتصال المختلفة لنشر أخبار المجاميع الجهادية، وخاصة العاملين منهم في القنوات الفضائية والوكالات الإخبارية، وتشجيعهم بمختلف الوسائل على نشاطهم في هذا المجال.

خامساً: إصدار المجلات والصحف والنشرات والكتيبات التي تفلت من رقابة المحتل وأعوانه والتي تصدر دون الحصول على تراخيص حكومية وتستخدم أسماء مستعارة، لنشر أخبار المقاومة الجهادية وحث الناس على مقاومة المحتل

وأعوانه، وقد أصدرت بعض المجاميع عدداً منها، ولكن الأمر بحاجة إلى مزيد منها أو سعة في توزيعها أو إتقان في بنيتها الموضوعية والفنية.

سادساً: الاستفادة من شبكة الانترنت لنشر أخبار المقاومة الجهادية من خلال إنشاء المواقع الخاصة بالمقاومة، وكذلك بإرسال أخبار ونشاطات المقاومة الجهادية إلى مواقع أخرى وهذه مسؤولية أبناء الأمة الإسلامية خارج العراق.

سابعاً: بعد تحديد أهم المنطلقات الدعائية التي يستند عليها المخطط الدعائي المعادي للمقاومة الجهادية يمكننا بناء الخطط الإعلامية في الرد عليها وفق آلية مدروسة تهدف إلى تفنيد ادعاءاته وعرض الحقائق التي يحاول طمسها والالتفاف عليها، ومجابهتها إعلامياً وذلك وفقاً لما يأتي[1]:

١- التأكيد على أن المحتل الأمريكي لم يأت لتحريره وتخليصه من النظام الاستبدادي الذي يحكمه، وإنما جاء لتحقيق أهدافه وأهداف الصهاينة في قتل المسلمين وتفتيت وحدتهم ومصادر قوتهم، وتدمير العراق وتقسيمه إلى دويلات صغيرة تدخل في دوامة حرب أهلية لا تنتهي، لكي يستطيع اليهود من تحقيق حلمهم في بناء دولتهم التي تمتد من الفرات إلى النيل، وأن المحتل أدخل العراق في دوامة العنف بعد أن أسلمه إلى المليشيات الطائفية وترك إيران تعيث في أرض العراق الفساد، ولو أن المحتل كان حريصاً على العراق وشعبه وبناء دولته المستقرة، لاستطاع في غضون أشهر معدودات أن يدعم نظاماً متوازناً لقيادة العراق بدل تسليمه إلى كتل سياسية طائفية متصارعة تقتات على أجساد العراقيين وتزهق أرواحهم، وتقتل في كل يوم من العراقيين ما يكفي لمقبرة جماعية، وأن المقاومة الجهادية تتصدى للمحتل لتفشل مخططاته في العراق ودحره ليعود خائباً من حيث أتى..

٢- التأكيد على أن الحكومات التي نصبها المحتل خاضعة له منفذة لأجنداته قام

(١) شارك أحد أساتذة الإعلام في العراق في صياغة هذه المبادئ.

بتشكيلها تحت تهديد السلاح والاحتلال المباشر وبإجراء انتخابات زائفة، وتسعى هذه الحكومات إلى تحقيق أهداف المحتل في بناء نموذج لدولة موالية وحليفة له في حربه على الإسلام والمسلمين، وأن هذه الحكومة لا تمثل إلا مجموعة من العملاء الذين باعوا ضمائرهم إلى المحتل بهدف الحصول على مكاسب مادية، وخير دليل على ذلك الفضائح المالية والاختلاسات الكبيرة التي حدثت في العراق والبالغة مليارات الدولارات والتي تذهب إلى أرصدة المسؤولين في الخارج، وأن هؤلاء المسؤولين لم يقدموا للعراق شيئاً سوى المزيد من التخريب والدمار، ونهبوا الأموال المخصصة لإعادة إعمار العراق. وأن الكتل السياسية هي التي تحدث العنف من خلال مليشياتها المتنفذة في أجهزة الدولة، بهدف إبقاء البلد في دوامة العنف لتسوغ بقاء قوات الاحتلال في العراق، وما أعمال المقاومة الجهادية إلا لتخليص البلد من المحتل وعملائه الذين دمروا العراق ويريدون تقسيمه إلى دويلات صغيرة خدمة للمخطط الصهيوصفوي.

٣- التأكيد على أن المقاومة الجهادية هي من أبناء الأمة الخيرين المدافعين عن بلدهم والذين رفضوا وقاوموا مشروع المحتل وتصدوا له وهم الممثلون الحقيقيين لإرادة العراقيين الرافضين للاحتلال ومشاريعه، وأن المقاومة الجهادية لا تدين بالولاء إلا لله ودفاعاً عن الأمة وحفاظاً على هويتها ، وأن أعمالهم المسلحة تهدف إلى تحرير العراق من الاحتلال ومرتزقته وبناء دولة العراق التي يختار شكلها أهل العراق الأصلاء دون تدخل خارجي.

٤- التأكيد على أن المجاميع الجهادية تزداد قوة في العدة والعدد وأنها قوات منظمة أربكت المحتل وعطلت مشاريعه في العراق من خلال مقاومتها المسلحة له وأن ما يروج من أخبار في أن المقاومة ضعفت هي دعاية كاذبة الهدف منها زعزعة الروح المعنوية العالية التي يتمتع بها المجاهدون ولجعل الشعب يشعر باليأس من أعمال المقاومة، وخير دليل على كذبهم هو الخسائر اليومية التي

يمنى بها المحتل وأعوانه والضربات الموجعة التي توجهها المقاومة للمحتل والتي تزداد يوماً بعد يوم مما أحرج المحتل وأعوانه وجعلهم يتخبطون في اتخاذ القرارات وأحرجهم أمام شعوبهم كونهم خسروا الحرب في العراق بعد أن وعدوا شعوبهم بالنصر الناجز، وها هي بعد تسع سنوات تعلن انسحابها من العراق.

٥- تفنيد الأخبار التي تصدر عن المحتل وأعوانه بتفكيكها للجماعات الجهادية المقاومة ، وبإلقاء القبض على قياداتها الجهادية، والتأكيد أن هذه الأخبار عارية عن الصحة وأنها تدخل في الدعاية والحرب النفسية التي يمارسها المحتل للنيل من الروح المعنوية العالية التي يتمتع بها أبناء الجهاد ، وان قيادات المقاومة هي في ساحة المعركة تقارع المحتل وأعوانه وتلحق بهم الخسائر الفادحة، والتأكيد على زيف أخبار العدو من خلال الرجوع إلى الأخبار الكاذبة التي بثها سابقاً حول إلقاء القبض على القياديين في المقاومة وكم بلغ عدد هذه القيادات حسب افتراءات العدو، وهذا دليل على المأزق الذي وقع فيه العدو ودفعه إلى تلفيق هذه الأخبار الكاذبة والترويج لها.

٦- التأكيد على أنّ المجاهدين يتبرؤون من كل عمل يتنافى مع الجهاد، وأن المحتلين وأعوانهم هم (الصليبيون والمتصهينون والصفويون والعملاء والخونة) الذين التقت مصالحهم على حرب العراق وإبادة شعبه، وتكرار هذه الألقاب والمصطلحات حتى تصبح في أذهان الناس من الصفات الملاصقة بهم.

٧- التأكيد على أن الخطط الأمنية والعمليات العسكرية التي تقوم بها الحكومة وبإسناد من قوات الاحتلال تستهدف المناطق السنية فقط، والهدف منها هو اعتقال أو قتل الرجال والاعتداء على حرمات أهل السنة والاعتداء عليهم بالسب والشتم وسب رموزهم ومقدساتهم من قبل القوات الحكومية، وتمهيد الطريق أمام المليشيات الطائفية لتهاجم هذه المناطق وتقتل شبابها وتهجر

أهلها بعد أن صادرت القوات الحكومية الأسلحة وقتلت واعتقلت الرجال، والهدف هو تمكين الصفويين من احتلال العراق بعد قتل وتهجير المسلمين لإقامة الدولة الصفوية الموالية للاحتلال، وخير دليل على ذلك أن بعض المدن ذات الأغلبية الشيعية وعلى الرغم من اعتراف الجميع وبضمنهم قوات الاحتلال أنها تمثل مفتاح الحل الأمني للعراق إلا أن آية عملية عسكرية لم تطال تلك المدينة كونها مدينة تقطنها ميليشيات طائفية، تلتقي أهدافها مع أهداف الحكومة والاحتلال والمتمثلة في القضاء على المسلمين في العراق.

٨- التأكيد على أن العمليات المسلحة التي تشنها المقاومة الجهادية على المحتل وأعوانه تهدف إلى إخراج المحتل من العراق ليتسنى للعراقيين بناء بلدهم الذي دمره الاحتلال والحكومة المنصبة من قبله وعاثوا فيه فساداً، وأن المحتل وبعد أن يأس من مواجهة المقاومة المسلحة يسعى إلى إشعال نار الحرب الأهلية على أسس طائفية، مستعيناً بأعوانه من رموز الحكومة الحالية ومن المليشيات المسلحة التي سعى إلى إطلاق يدها في العراق، وخير دليل على ذلك أن أعمال القتل الطائفي تفاقمت بعد تفجير مرقدي سامراء وجاءت انتقاماً من أهل السنة والجماعة، والذين يقومون بها أجهزة الدولة من مغاوير الداخلية وقوات الحرس الحكومي وفرق الموت والميليشيات الطائفية التابعة لتلك الحكومة مثل ميليشيات جيش المهدي وميليشيات فيلق بدر وغيرها.

٩- التأكيد على العلاقة المتينة بين المقاومة الجهادية وأهالي المناطق التي تحدث فيها العمليات الجهادية، وأن الناس يقومون بواجبهم تجاه دينهم وبلدهم ويقدمون الدعم للمقاومة الجهادية بالمال والسلاح والمعلومات، وأن أفراد المقاومة الجهادية هم أبناء سكان هذه المناطق، وأن المحتل يحاول زرع العملاء بين الناس، ويحاول تشويه صورة المقاومة وأحداث الفتنة بين المقاومة وبين أهلهم بأن يدس عملاءه للقيام بأعمال منافية للقيم الإسلامية وينسبها للمقاومة، وأن القوات الحكومية المسنودة من المحتل تحاول السيطرة على هذه

المناطق لإطلاق يد المليشيات الطائفية لقتل أبناء المسلمين والاعتداء على حرماتهم ومصادرة سلاحهم وتهجيرهم، والدليل على قوة العلاقة تواصل الأعمال الجهادية في هذه المناطق على مدى أربع سنوات متواصلة .

١٠- التأكيد على أن الحكومة الطائفية ومن ورائها المحتل الأمريكي المتصهين تحاول اختراق المناطق السنية من خلال إيجاد العملاء وتجنيدهم لإحداث الفتنة والاقتتال بين أهل السنة، وأن أولئك الذين يجتمعون مع رموز الاحتلال ورموز الحكومة الطائفية قد خانوا الله وباعوا أهلهم من أجل الحصول على فتات أموال المحتل وأعوانه من الصفويين، فهم يضعون أيديهم بأيدي الذين تلطخت أيديهم بدماء أهل السنة ويلقون بجثثهم على قارعة الطريق في كل يوم، وأن التاريخ يعيد نفسه فالذين وقفوا مع الاحتلال الإنكليزي للعراق مطلع القرن العشرين هم أنفسهم اليوم يتآمرون على أهلهم وبلدهم مع الاحتلال الأمريكي المتصهين والصفوي، وأن الواجب الديني والأخلاقي يلزم على الجميع محاربة هؤلاء والتبرؤ منهم وطردهم مع الاحتلال، بل إن على أبناء العشيرة التي ينتمي إليها الشخص الذي يجلس مع المحتل أو الحكومة الصفوية ومليشياتها، أن يقوموا بقتله وغسل العار الذي قد يلحق بعشيرتهم.

١١- التأكيد على أن المقاومة الجهادية المسلحة تحرص على أن تجعل عملياتها بعيدة عن المدنيين وأن معظم العبوات التي تنفجر على المدنيين هي من طرف المحتل أو من الحكومة، وهي تهدف إلى إيقاع الفتنة بين المقاومة الجهادية وأهلهم من المدنيين، وأن المقاومة تحتكم إلى الشرع الإسلامي في كل عملها فهي لا تقيم حداً على شخص حتى يتثبتوا من جرمه، وهي إنما تستهدف قتل الجواسيس وأعوان المحتل الذين خانوا الله وخانوا أهلهم. وفضح ممارسات الحكومة الطائفية وقوات الاحتلال في قتلهم للمدنيين بشكل يومي دون أن يكترثوا بعدد الذين تزهق أرواحهم في كل يوم، وفضح ممارسات الاحتلال في اتخاذه لمساكن المدنيين مقرات عسكرية للاختباء بينهم غير مكترث في

تعريض حياتهم للخطر.

١٢-التأكيد على أن المقاومة الجهادية لا ترتبط بأية جهة أجنبية وهي تتبرأ إلى الله من كل مخابرات الدول المعادية للإسلام، وأن أفرادها هم من أبناء العراق المؤمنين بعدالة قضيتهم والذين عاهدوا الله على مقاتلة المحتل وأعوانه حتى يندحروا خائبين يعاونهم بعض إخوانهم في العقيدة، وكيف ينكر الأعداء على المجاهدين وجود جنسيات أخرى غير العراقية وهم جمعوا جنسيات متعددة حتى أطلقوا على أنفسهم (قوات متعددة الجنسيات)، كما أن الحكومة الحالية هي حكومة موالية لإيران كونها تتألف من كتل سياسية نشأت وترعرعت في إيران، وبالتالي فهي تنفذ رغبات إيران ومخططاتهم في القضاء على المسلمين ونشر الفكر الصفوي فيما يسمى بـ(تصدير الثورة الإسلامية الإيرانية) وبناء الإمبراطورية الإيرانية الصفوية التي تمتد من بلاد فارس والعراق وسوريا ولبنان وشمال السعودية بما يسمى الهلال الشيعي الصفوي.

١٣-التأكيد على أن المقاومة الجهادية المسلحة تهدف إلى تحرير العراق من الاحتلالين الأمريكي المتصهين والإيراني المتنفذ بالصفويين، وتخليص العراق من الطائفيين الذين يدعون إلى تقسيم العراق ونهب ثرواته، ومن ثم بناء دولة العراق التي يقودها أبناء العراق الشرفاء المخلصين المجاهدين والمناهضين للاحتلال، بعيداً عن التدخلات الأمريكية والصهيونية والصفوية.

بعد تحديد المنطلقات الدعائية التي يستند عليها المخطط الدعائي للاحتلال وأعوانه وكيفية الرد على تلك المنطلقات وتفنيدها، لابد للمخطط الإعلامي الذي يشرف على إعلام المقاومة الجهادية من اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة لإيصال تلك الرسائل إلى الجمهور،على أن هذه الوسائل تختلف حسب الجمهور المستهدف، فالجمهور يقسم من قبل المخطط الإعلامي إلى عدة أقسام كالجمهور الداخلي

والجمهور الخارجي، أو الجمهور المؤيد للمقاومة والجمهور المعادي للمقاومة، والجمهور العربي والجمهور الأجنبي إلى آخره من التقسيمات التي تقتضيها طبيعة عمل الإعلام الجهادي وأهدافه. وبعد تحديد الهدف من الرسالة الاتصالية يتم اختيار الجمهور المستهدف والوسائل الاتصالية المناسبة لإيصال الرسالة الاتصالية إلى ذلك الجمهور والتي ستختلف من جمهور إلى آخر.

ومما ينبغي التنبيه عليه ضرورة أن يتحمل الإعلاميون العراقيون والعرب والمسلمون مسؤولية نصرة إخوانهم المجاهدين ، ويا ليتهم يتداركون القصور الذي اعتراهم ويسارعون إلى إنشاء مركز إعلامي يتولى أكثر المهام التي بيناها سابقاً.

مواجهة منافقي المقاومة:

مما ينبغي على قيادة المقاومة الجهادية ، الحذر منه هو اختراق المنافقين للصف الجهادي، وتبوّؤهم للمراتب العليا فيه : وذلك من جهة التأكيد على ثمرة مهمة من ثمار الإعداد القوي للقاعدة الصلبة؛ ألا وهي تحصين الصف المسلم في أثناء الإعداد وأثناء الجهاد من المنافقين الذين يظهرون الصلاح وحب الدعوة والجهاد حتى يخترقوا صفوف الدعاة والمجاهدين ويصلوا إلى مستويات متقدمة في التوجيه والتأثير، وهدفهم من الاختراق أمور خطيرة من أهمها: زعزعة الصف الجهادي من داخله، وبث الشقاق والفرقة بين المجاهدين، أو الإساءة إلى العمل الجهادي المقاوم لتنفير الناس عنهم أو لتقليل التأييد الشعبي له ولأهله.

لذا وجب على الفصائل المقاومة والمجاهدة الحذر الشديد من هؤلاء المنافقين الذين يتربصون بالمسلمين الدوائر؛ قال الله عز وجل في التحذير منهم ومن غيرهم: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ خُذُواْ حِذۡرَكُمۡ ﴾ [النساء: ٧١].

وإن المتأمل في تاريخ المسلمين في القديم والحديث ليرى أنه ما من مأساة وانتكاسة أو محنة وقعت بالصف المسلم إلا وكان للمنافقين يد فيها، ولذا فإن من

أهم ما ينبغي الحرص عليه في الإعداد للجهاد الحذر من المنافقين وتحصين الصف من اختراقهم.

ومن أهم وسائل التحصين الاهتمام بالقاعدة الصلبة، وحسن إعدادهم وتربيتهم ولو طال الزمان، وأن لا يصل إلى مستوى التوجيه والإعداد إلا من صهرته التربية وظهر صبره وفضله وتقواه وصدقه، والحرص على التربية الجادة ودقة الاختيار، والحذر ممن كان له تاريخ في النفاق ولو صلح بعد ذلك، وكذلك الحذر من كل من ارتفع اسمه فجأة في أوساط المجاهدين، ومعرفة السبب في اشتهاره هل هو عمله أم أن جهات أخرى تولت هذه المهمة؟! فينبغي الحذر من أمثال هؤلاء فلا تسند إليهم مسؤوليات مهمة في العمل الجهادي المقاوم.

ويشتد خطر المنافقين عندما تقوى شوكة فصائل المقاومة الجهادية ، ويعلو أمرها، وتتحقق لها بعض أهدافها في الساحة الجهادية، ففي مثل هذه الأجواء يستغل المنافقون مبدأ التوبة إلى الله، فيترددون على المساجد، ويجالسون الدعاة، ويسكبون العبرات التي يعربون فيها عن ندمهم على ما اقترفته أيديهم من ذنوب ومعاص، ويتبرؤون من ماضيهم الأسود، ويشنون حربًا ضروسًا على رفاق دربهم القدامى من الفاسدين والعلمانيين، ويمدحون العمل الجهادي ويثنون على أهله، وينقمون على أعداء الجهاد وخصوم المجاهدين.

ويرحب بتوبتهم الذين يأخذون الأمور على ظواهرها من المجاهدين وبعض الفصائل التي تعتمد الكثرة بغض النظر عن النوعية ، وإذا قيل لهم: احذروا من هؤلاء الوافدين الجدد، ولا تسندوا إليهم مناصب قيادية، وتذكروا ظهور النفاق بعد غزوة بدر الكبرى، ولا تنسوا أنَّ تفشي هذه الظاهرة يكثر بعد انتصارات الحركات والجماعات الإسلامية؛ قالوا: لم نكلف بالبحث عن نوايا الناس وما تخفيه قلوبهم، والذي نعلمه أن التوبة تجب ما قبلها، والله جل وعلا يغفر الذنوب جميعًا، إنه هو الغفور الرحيم.

ونحن لا نطلب منهم البحث عن نوايا الناس، وما تكنه قلوبهم، ولا نريد منهم طرد من جاء تائبًا مستغفرًا؛ ولكن الذي نريده ونؤكد عليه ألا تسند لهؤلاء التائبين وظائف قيادية لأن علمهم الشرعي وماضيهم لا يسمحان بذلك ، وخطورة الأمر تستوجب ذلك.

ولندرك أن هنالك مراحل تتضاعف فيها الحاجة إلى الحذر، ومنها هذه المرحلة الجهادية التي جاءت بعد عقدين من الصحوة الإسلامية، وشهدنا فيها سقوط أصنام متعددة: الصنم الثوري الاشتراكي والصنم القومي العصبي ، وصنم الرأسمالية والديمقراطية، وأكثرها سقطت على أيدي الحركات الاسلامية وأبرزها الجهادية.

فكفر الناس بهذه الأصنام كلها، وأيقنوا أن بعدهم عن الإسلام هو سبب هذه الهزائم المتكررة، وعاد الشباب إلى دين الله أفواجاً، وأصبحت الصحوة الإسلامية حديث الشرق والغرب، وقويت شوكة الجماعات الإسلامية ومن ثم فصائل المقاومة الجهادية، وكثر أنصارها ، إن قوة الدعاة والجماعات الإسلامية مسألة تهدد كل طاغية وتنذر بزواله فكيف بالجماعات الجهادية ، فلا بد من تسخير جميع إمكاناتهم وتنسيق جهودهم من أجل وأد الصحوة في مهدها، وضرب الجهاد في أرضه، ومن الأساليب التي يستخدمونها زرع جندهم داخل الصف الإسلامي، والعمل على ضرب هذا الصف من داخله، وهذه هي المرحلة التي تتضاعف فيها الحاجة إلى الحذر واتباع هدي رسول الله صلى الله عليه وسلم؛ حيث كان يختار أمراءه وولاته من الصحابة الذين تنطبق عليهم الشروط الشرعية التي ينبغي أن تتوفر في أهل الحل والعقد، وكانت الأفضلية للسابقين الأولين من المهاجرين والأنصار رضوان الله عليهم، واستمر هذا النهج بعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم، كما كان في عهد أبي بكر رضي الله عنه وفي عهد عمر بن الخطاب رضي الله عنه اللذين كانا يتشددان في اختيار الولاة وكانا في شخصيهما قدوة حسنة لكل مسؤول .

أما القواعد والأسس التي يتم على أساسها اختيار المسؤولين فثابتة، وأهمها:

الأمانة والتقوى، وأن لا يكون المسؤول ممن يسعى ويعمل من أجل الوصول إلى المنصب.

ومن أجل هذا كان صف الصحابة رضي الله عنهم هو الصف المحصن الذي لم يخترق؛ وما ذاك إلا لكونهم القاعدة الصلبة الذين تعهدهم الرسول صلى الله عليه وسلم بالتربية والتعليم وصقلتهم الشدائد والمحن؛ ولكونهم يملكون الموازين الشرعية الدقيقة في وزن الرجال، ومن أجل ذلك صعب على المنافقين اختراقهم، حيث لم يعرف أن أحداً من المنافقين قد أسندت له مهمة قيادية سواء في السلم أو الحرب[١].

ومما نقل إلينا أنه تم إعدام كثير من المنافقين والخونة الجواسيس في الساحات الجهادية ولاسيما بعد معركة الفلوجة الثانية حيث أعدم أحد قادة الجهاد العشرات منهم وأكثرهم من غير العراقيين ، بعد أن تسببوا باستشهاد كثير من المجاهدين وبخاصة القادة ، كما أن أكثر الجماعات التي تعرضت للأذى من استهداف قادتها وأفرادها وكشف عملياتها وأماكن تواجدها ومخازن أسلحتها ، هي الجماعات التي اعتمدت مبدأ الكثرة على النوع ، أو التي تساهلت في مسألة استقبال المقاتلين من خارج العراق[٢] ، أو العراقيين الذين لا سابقة لهم في الإسلام إلا محاربته واستهداف أهله أو اتخاذه سلماً لتحقيق مأربهم الدنيوية، كما كان من تداعيات الغفلة عن هذا الأمر، كثرة الانشقاقات والانقسامات وصولاً إلى الرضا بالعمل عند الأعداء تحت مسمى الصحوات.

ومما ينبغي التنويه به أن لا يفهم من كلامنا التعميم في تزكية أهل العراق ولمز غيرهم، أو الترويج للمفهوم الوطني، فمعيارنا هو الشرع الإسلامي.

---

(١) ينظر التربية الجهادية في ضوء الكتاب والسنة: تأليف عبد العزيز بن ناصر الجليل ص١١٤ - ١١٦ وقد تصرفنا به ليوافق المرحلة الجهادية فهو معد للمرحلة الدعوية.

(٢) لأن إمكانية التحري والتثبت عمن يلتحق من العراقيين أسهل من غيرهم بينما تكاد أن تكون معدومة أو محددة جداً بالقادمين من خارج العراق.

الخاتمة

(النتائج والتوصيات)

بشأن مفهوم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها:

١- إن المقاومة (المسلحة وغير المسلحة) للاحتلال مشروعة لجميع أبناء الشعوب المحتلة، فهي فرض عين في الفقه الإسلامي، وواجب في القانون الدولي.

٢- تمثل المقاومة الإعلامية النشاط الاتصالي الذي يقاوم الغزو والعدوان على الأمة بكل صوره، ويواجه الهيمنة والتبعية والاختراق، ويقدم رسالة الأمة وقضاياها ذات العلاقة عبر وسائل الإتصال.

٣- إن المقاومة الإعلامية مشروعة، وإن الحكم الفقهي لها يدور بين الفرض العيني والفرض الكفائي ، ويقيد بعضهم هذا الأمر بالطاقة والقدرة: فما كان مستطاعاً للأفراد فهو فرض عين على كل واحد، وما كان فوق طاقة الإنسان الفرد فهو فرض جماعي ينتقل من فرض العين العام (على الجميع) إلى فرض الكفاية (فرض عين خاص) على كل قادر ومتخصص في ذلك لتحرر الأمتين العربية والإسلامية من التبعية للغرب ووقف الاختراق الغربي لمجتمعاتنا.

٤- إن الإعلام المقاوم هو جزء هام وركن من أركان الجهاد والمقاومة، وحكمه تبع للحكم العام فللجزء حكم الكل، فهو فرض بلغة الفقه وواجب بلغة القانون.

٥- إن اغلب مقاوماتنا للعدو ليست حروباً نظامية، بل حرب عصابات تعتمد على المبادرة والعمق الشعبي، كذلك لا بد أن تكونَ مقاومتنا الإعلاميةُ غيرَ نظامية تعتمد على المبادرة الشعبية، وبأبسط الوسائل الممكنة، وبما نملك من قدرات وإمكانيات مهما بدت صغيرة أو محدودة، وتتميز مقاومتنا الإعلامية اليوم بأنها غير مكلفة في مواجهة الماكينات الإعلامية الكبرى المنحازة ضد جهادنا، ولا نتوقع أن تفتح لنا إحدى الوسائل الإعلامية أبوابها كي نمارس هذا الإعلام، بل علينا أن نخلق مثل هذه الوسيلة بأيدينا حيث استطعنا، وإلا فان فكل واحد منا هو وسيلة إعلامية. على أننا يجب أن لا نرفض المقاومة

الإعلامية المنظمة متى ما تهيأت الظروف لذلك.

٦- إن جهاد الكلمة وتفعيل المقاومة الإعلامية هو ماضٍ في جميع مراحل تشريع الجهاد وهذا يعني أن الإعلام الجهادي لا يمكن إلغاؤه أو تأجيله أو إهماله مهما كانت الظروف ومهما كان حال الأمة الإسلامية تمكيناً واستضعافاً.

٧- أية مجموعة جهادية مقاومة لن تحقق التمكين إلا إذا استوفت أنواع الجهاد الثلاثة (البدني والمالي والإعلامي) وحتى أصحاب الأعذار لا يسقط عنهم الجهاد، يقول الحافظ ابن حجر في فريضة الجهاد: والتحقيق أيضاً أن جنس جهاد الكفار متعين على كل مسلم إما بيده وإما بلسانه وإما بماله وإما بقلبه والله أعلم.

بشأن إستراتيجيتها وصناعتها

٨- لابد أن تعتمد المقاومة الإعلامية التخطيط الاستراتيجي، للوصول إلى تحقيق أهدافها العامة ، اختزالاً للوقت والجهد والمال ولمحدودية إمكانياتها.

٩- يأتي في أولويات التخطيط للمقاومة الإعلامية تعين المحددات في عملها ومنها أهدافها العامة والإجرائية ، وأن تراجع نسبة ما تحقق منها ، والأسباب التي حالت دون تحقق بعضها.

١٠- ما دامت هنالك معركة تستند إلى ثورة الاتصال، فلا بد من مقاومة إعلامية ترقى في صناعتها إلى حجم الصراع الذي تخوضه امتنا والتحديات التي تواجه رسالتنا والمخاطر التي تحيق بشخصيتنا ووجودنا، بل ترقى إلى قوة الصناعة الإعلامية للطرف الآخر من الصراع، ولا أعتقد أن هنالك خلافاً حول عظم هذه القوة وسعة الفارق من حيث الإمكانيات البشرية والتقنية والسلطوية.

١١-وتقع مسؤولية صناعة الإعلام المقاوم على المقاومين في حين أن مسؤولية صناعة الإعلام الجماهيري تقع على إعلامي الأمة، فالمقاومة تستطيع صناعة مادتها الإعلامية، وعلى إعلام الأمة تحليل هذه المعلومات وتفسيرها وإدارة النقاش حولها لترسيخها في عقول أبناء الأمة.

١٢-تعاني الأمة الإسلامية ومنها العربية أزمة خطاب إعلامي ويعود ذلك لأسباب

عدة، لعل من أبرزها: التفوق الإعلامي للغرب مما ساهم في تفعيل قانون التبعية للمتغلب وخضوع المغلوب له، ولتنكر الأمة (لاسيما أنظمتها الحاكمة)، للمشروع الحضاري الذي أكرمها بها الله سبحانه، وما يكفله لها من أسباب القوة والقيادة، ومنها إخضاع وسائل الإعلام في الأمة لتقوية مشاريع الأنظمة الحاكمة وتكريس سلطتها، بدلاً من تبني مشروع أمة الاستجابة، وغياب الإعلام الحر والمستقل، وأخيراً ضعف الثقة بالنفس.

١٣- إن حرية الرأي والتعبير والصحافة والإعلام، تشكل أهم الضمانات لعدم تكرار الهزائم المريرة، وفي الوقت نفسه فإنها تشكل الأساس لحماية كل حقوق الإنسان، ومن أهمها حقه في الحياة الكريمة، والدفاع عن نفسه وأهله ووطنه ضد العدوان والاحتلال، لذا على القوى العراقية التركيز على احترامها لحرية الرأي والتعبير في أدبياتها وخطابها الإعلامي. وأن تجعل من إزالة القيود عن حرية التعبير عن أبناء الأمة، أحد واجباتها، فالشعب الجبان أو المكبوت، يكون فريسة سهلة أمام الأعداء، لاسيما إن أقبلوا بشعارات الحرية والديمقراطية.

١٤-الجماعات المقاومة بحاجة إلى بناء علاقات عامة داخلية وخارجية لاسيما مع محدودية وسائل الاتصال لديها، لإيصال رسالتها وبناء شبكة إن لم تكن مؤيدة فهي محايدة أو متفهمة لطبيعة عملها وأهدافها.

١٥-لم تستطع الجماعات المقاومة توظيف الإعلانات في الترويج لأفكارها ورسالتها، وقد ساهم إغفال ذلك في ضبابية مشروع المقاومة ولاسيما أن قوات الاحتلال وحكوماته التي صنعها على عينه وظفت الإعلانات الدعائية بشكل موسع ومنوع، استطاعت من خلالها التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي، وأن تضعف جانباً من تعاطف المجتمع مع المشروع المقاوم.

١٦-إن دراسة المصطلحات ومفاهيمها هي دراسة للمجتمع، ولا ينظر إليها باعتبارها مفردات مجردة، وإنما ينظر إلى القيمة الفعلية التي تمنحها أهميتها، وآثارها، وهنا تكمن خطورة هذا الأمر، إذ قد يعبر مصطلح واحد عن

مجتمع بأكمله وليس لأهله يد في صياغته أو تحديده.

أهم استراتيجيات عمل الإعلام المقاوم هي:

١٧- أن يعتمد الإعلام المقاوم في رسالته الإعلامية على المبدئية والواقعية والفاعلية والوضوح والاستمرارية والتجديد والتكاملية والوسطية، أي أنه يجمع بين الشرعية في المنهج، والمعاصرة والتطور في الوسائل والأساليب، والتكامل في الرؤية والتشخيص والعلاج.

١٨- أن لا يغلب الجانب العاطفي والانفعالي في تحليله على الرغم من أهميته في التعبئة ، فديمومة العمل وتواصله تقوم على البعد الموضوعي وعمق التحليل ودقة التشخيص والترابط المنطقي وفق سنن الله تعالى في الأفراد والجماعات واعتماد الحقائق الموثقة والإحصائيات المدققة فكلها عوامل تقوي العمل الإعلامي المقاوم.

١٩- لا بد أن يكون إعلام المقاومة مبادراً في مواقفه متجدداً في مادته، وأن يتجاوز مرحلة ردود الأفعال والتفكير في ماذا يفعل الآخرون لنا أو ضدنا ، إن الإعلام المبادر يجعل العدو ووسائله الإعلامية يحتار في الرد وكيفية صد هذه الأفكار المتجددة.

٢٠- لا بد لإعلام المقاومة أن يكون تواصلياً مع الحدث ومع الجمهور وأن يتجنب الاستعلاء والاستغناء والاستعداء ، مع الاحتفاظ بالعزة التي هي لله ولرسوله وللمؤمنين وبالتميز من غير انغلاق يؤدي إلى الانعزالية. وعليه أن يعرف الساحة التي يعمل فيها حتى لا يكون غريباً عن الواقع الذي يعمل فيه أو يريد تغييره.

٢١- مع تعدد التحديات وتكالب الخصوم ، على إعلام المقاومة أن يوظف التعريض والتلميح والخطاب غير المباشر ليصلح الناس من غير إحراج وليتجنب الآثار التي يولدها التصريح خاصة مع أبناء جلدتنا من النفور والفجور، فقد كانت الحدود الشرعية تدفع في ساحات القتال خشية أن يفر

أصحابها إلى العدو.

٢٢- على الإعلام المقاوم أن يستثمر طاقات الأمة كافة وإمكاناتها، وأن يوظف الكفاءات والخبرات جميعاً في مجال عمله ما دامت ضمن الولاء العام للإسلام، والعزيمة الصادقة في نصرة قضايا الأمة؛ فمعركة الأمة أوسع من نحصر عملنا في دائرة ضيقة.

٢٣- الإعلام المقاوم رغم تواضع الإمكانات المتاحة قادر على المواكبة والمواجهة.

بشأن للإعلام العربي والإسلامي الموانع:

٢٤- كان المشاهد العربي والإسلامي أسير القنوات والمحطات الأجنبية لاسيما الإخبارية ، أو أسير الإعلام العربي الرسمي ، إلا أن القنوات الفضائية العربية استطاعت أن تحرر المتلقي العربي والإسلامي من تبعية وهيمنة هذين المصدرين ، نظراً لما تمتعت به من الكفاءة المهنية والجدية وما حققته من كسر الاحتكار الغربي في التغطية الإخبارية ، واستطاعت أن تأخذ السبق والجودة والشد، في تحرير المشاهد العربي والإسلامي وحتى الأجنبي من التبعية للإعلام الغربي الموجه ولاسيما المتعلق بقضايا عالمنا العربي والإسلامي وأحداثه ووقائعه، وكذلك من التبعية الأكاديمية وهيمنة الشركات متعددة الجنسيات على الإنتاج الإعلامي الذي يبثه الإعلام العربي، وأن تحد أو تكشف طبيعة الاختراق الإعلامي الذي كانت تمارسه وسائل الإعلام في وسائلنا وعقول أبناء أمتنا.

٢٥- بلغت الفضائيات العربية القدرة على المنافسة العالمية إذ أصبحت مصدراً رئيساً للفضائيات العالمية ووكالات الأنباء، واستطاعت أن تنقل صورة حية للأحداث، وكذلك ردود أفعال الرأي العام العالمي من خلال الاعتماد على شبكة من المراسلين المدربين والمزودين بإمكانيات تكنولوجية وأحدث الأجهزة في مجال البث.

٢٦- هدفت الفضائيات الإسلامية إلى مناقشة القضايا الدينية والاجتماعية

والتربوية والاقتصادية والسياسية بموضوعية وشمولية مستندة على قاعدة كتاب الله وسنة نبيه محمد عليه الصلاة والسلام، وتهدف إلى تلبية حاجات جميع الناطقين باللغة العربية على امتداد خارطة العالم. ورسم القائمون عليها سياستهم الإعلامية في القناة مؤكدين على أنها: عالمية التوجه، ووسطية المنهج، وشمولية الأهداف، وتنوع المضمون والموضوعية في الخطاب والمصداقية وفي المعالجة والتشويق في العرض.

٢٧- على الرغم من قصر عمرها مقارنة بالقنوات الفضائية الإخبارية والعامة ، إلا أن القنوات الدينية الإسلامية شكلت ظاهرة ملفتة واستطاعت أن تفرض حضورها المؤثر على الساحة الإعلامية ونافست القنوات الإخبارية في استقطاب المتلقي العربي حيثما كان ، كما حظيت البرامج الدينية باهتمام الجمهور العربي وهذا ما دفع إلى انتشارها سواء في القنوات المختصة أو العامة وحتى الإخبارية ، بل فرضت على الدراما الاهتمام بالقضايا والشخصيات الإسلامية (حتى التي هي مثار الجدل التاريخي).

بشأن السياسات الإعلامية الأمريكية وسبل مواجهتها:

٢٨- أدرك القادة الأمريكيون أن الموضوعية ونقل الحقيقة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية من الأسباب التي أدت إلى الهزائم العسكرية وضعف الدعم الشعبي لمواصلة الحروب لاسيما الدموية منها.ولذا تبنت العسكرية الأمريكية بعد حرب فيتنام سياسة التعامل مع الإعلام على مبدأ التحكم والسرية، لاعتقادها أن التغطية الإعلامية لتلك الحرب كانت سبباً في انقلاب الرأي العام الأمريكي مما ساهم في إضعاف الدعم المادي والمعنوي لهذه الحرب.

٢٩- تحولت الصحافة والإعلام إلى سلاح فعال في الحروب الحديثة ، وقد أدركت ذلك الإدارة الأمريكية بشقيها السياسي والعسكري لاسيما ذات النزعة العسكرية أو من يفضلون خيار القوة على غيره من الخيارات في إدارة الأزمات أو افتعالها، وانتبهت إلى خطر الصحافة وتأثيرها المباشر على مجريات الصراع ولذا اتخذت سياسة صارمة في جميع حروبها التي أعقبت حرب فيتنام وتقوم على

أنه إن لم يمكن السيطرة على وسائل الإعلام فلا بد من استعمالها.

٣٠- إن اعتماد الإدارة الأمريكية سياسات الكذب والخداع وشراء الكلمة لتقدم معلومات تتوافق مع ادعاءاتها بتحقيق إنجازات ميدانية في العراق، أشار بوضوح إلى أن الإعلام الأمريكي لم ولن يكون أميناً ومهنياً وموضوعياً في نشر المعلومات، وهذا يدفع المؤسسات الإعلامية العربية التي تعتمد على وكالات الأنباء الأمريكية بشكل خاص إلى مراجعة ذلك، لاسيما أن القنوات الفضائية العربية أثبتت نجاحاً منقطع النظير في تغطية الأحداث في العالمين العربي والإسلامي وحتى الدولي.

٣١- انسجاماً مع توصيف الإدارة الأمريكية لحربها في العالم العربي والإسلامي بأنها حرب أفكار، اتبعت في تغطيتها الإعلامية سياسات في التعامل مع المصطلحات من أجل الترويج الأمثل لمشاريعها ، لكسب مزيد من تأييد الرأي العام المحلي والدولي ، أو لتحييد المعارضين لسياساتها ، وللنيل من خصومها لاسيما في جانب المعنويات ، ولعل من أبرز سياساتها الإعلامية هي استخدام المصطلحات الفضفاضة ، والمموهة والمزدوجة ، وعملت على حسر المفاهيم الإسلامية وإبدالها بمفاهيم تقترب من المنظومة الغربية .

٣٢- إن اتساع دائرة القوى المناهضة والمقاومة للمشروع الأمريكي في العراق والمنطقة وحضورها الإعلامي المتميز، عملت على تحجيم السياسات الإعلامية الأمريكية في تداول المصطلحات، ونجحت إلى حد ما في الترويج للمصطلحات التي تقترب من الواقع ولاسيما مصطلحي الاحتلال والمقاومة المشروعة.

٣٣-إدراكاً منها لأهمية الرأي العام وخطورته لا سيما مع تصاعد الرفض الجماهيري للحرب على العراق عمدت المؤسسة الأمريكية إلى اتباع سياسات إعلامية لكسب الرأي العام ، ومنها تقييد حرية الإعلام سواء في التعبير أو الوصول إلى المعلومات الدقيقة، وقامت بتضليل الرأي العام وصرفه عن متابعة حقيقة ما يجري في العراق سواء للقوات الأمريكية أو للشعب العراقي ، واعتمدت مبادئ مثل "متطلبات الأمن القومي الأمريكي،

والمصلحة القومية الطاغية تتقدم على حرية الصحافة، والحقيقة هي ملك للقضية والوطنية، ولا يجوز للصحافة التلاعب بها لأغراض الإثارة" لإقناع الرأي العام بها.

٣٤- كما حرصت المؤسسة الأمريكية (السياسية والعسكرية) على منع وصول التغطية الإعلامية للقنوات التي اتسمت بالحيادية والمهنية ولاسيما القنوات الفضائية العربية التي كانت قريباً من الحدث ، ضمن سياسة تكميم الأفواه، أو إخراسها بصورة تامة، أو إقامة إعلام أمريكي بلسان عربي موجه للمنطقة، ولكن الأمر انقلب عليها مما دفع الرأي العام الأمريكي نفسه إلى الإقبال على هذه القنوات، بل دفعت قادة البيت الأبيض إلى الإقرار بتفوق هذا الإعلام على الإعلام الأمريكي في أكثر من موضع.

٣٥- إن نماذج السياسات الإعلامية التي اتبعتها المؤسسات الأمريكية الرسمية (السياسية والعسكرية)، أظهرت للعالم زيف حقيقة الديمقراطية الأمريكية، وكشفت عن هشاشة أسس الحريات الإعلامية التي تشدقت بها أمريكا طوال العقود بل القرون السالفة.

٣٦- إن مواجهة السياسات الإعلامية الأمريكية التي اتبعتها في الحرب الدعائية النفسية تتطلب جهوداً إعلامية تبذل من قبل المختصين الإعلاميين، الذين يبنون حربهم الإعلامية وفق آلية مدروسة ومخطط لها، وأن تقوم الخطط الإعلامية والدعائية للإعلام الجهادي على أسس علمية تعتمد تقسيم الجمهور المستهدف والهدف من الرسالة الإعلامية ومن ثم اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة لتوصيل تلك الرسالة إلى الجمهور.

٣٧- ولابد لهذا المخطط الإعلامي أن يقف على الأسس والمنطلقات الدعائية التي يستند عليها المخطط الدعائي للاحتلال وأعوانه، ليتسنى له بناء خططه في الرد على تلك الادعاءات وتفنيدها، واستخدام الوسائل الإعلامية المناسبة لإيصال الرسائل الإعلامية التي يراد إيصالها والتي سيتم تحديدها وفقاً للجمهور المستهدف.

٣٨-وبذلك فإن الإعلام المقاوم بحاجة إلى إنشاء مركز إعلامي متخصص بالإعلام الجهادي يدار من قبل المختصين والأكاديميين من الإعلاميين ويستعين بخبرات المحللين السياسيين والعسكريين.

وإزاء هذه النتائج نوصي بالآتي:

١- على القوى المقاومة بذل مزيد من الجهود الإعلامية لكسب تأييد الرأي العام لقضيتها التي تقاتل من أجلها، ورسالتها التي تسعى لتقديمها للعالم المحيط بها، وأن تفكر بشكل جاد بصناعة إعلامية وبناء علاقات عامة تعينها في تحقيق ذلك، مع الانتباه إلى ضرورة التخطيط الإعلامي ومنه تحديد ورسم السياسات الإعلامية لخطابها الإعلامي.

٢- إن تشكيل رأي عام يؤيد حق الشعوب في الحرية والاستقلال والحياة الكريمة، يستدعي نشر ثقافة المقاومة، ولذا نوصيها باتخاذ الخطوات العلمية والعملية المهنية في صناعة الرأي العام واستقطابه.

٣- نوصي قادة القوى المقاومة بتقبل النقد والتعاطي الإيجابي معه من أي جهة يصدر، لأن استقطاب الرأي العام يستلزم وجود حرية الرأي، وهذه تستلزم حرية المناقشة وحرية النقد، فحرية المناقشة للناس تمكنهم من عرض آرائهم ووجهات نظرهم مع الآخرين، وتبادل الرأي والحوار في المحافل وفي وسائل الإعلام كافة، وأما حرية النقد فتمكنهم من إبداء الرأي في نقد الأعمال وتقويمها، وتكون في أعلى صورها في التعقيب على أخطاء القيادة السياسية الحاكمة بالنقد، ومراجعتها، وهذا ليس أمراً مباحاً فحسب، بل هو في التشريع الإسلامي، حق الله على كل قادر، والسكوت عن هذا النقد تفريط في جنب الله، وأنه ليس هنالك أحد فوق النقد المنضبط، لا حاكم ولا عالم ولا وجيه، مع التأكيد على أن حرية الرأي بهذا المفهوم الشامل مبدأ إسلامي أصيل، حيث يستطيع الإنسان أن يفكر كما يشاء ويقول ما يشاء، ويكتب

ما يشاء، في مدى المساحة الواسعة الممتدة التي يمنحها الإسلام للمنتمين إلى مجتمعه، وهي مساحة كبيرة لم توازها أو تضارعها أية تجربة أخرى، على الرغم مما يضعه الإسلام من ضوابط ومعايير والتزامات، إزاء حرية التعبير؛ صوناً للشريعة وحفظاً للمصالح العامة.

٤- على الجماعات المقاومة تهيئة الأجواء تسمح بالحوار وتحسين العلاقات مع الدول المؤثرة ولا سيما تركيا في هذه المرحلة، وعقد تحالفات وفتح علاقات مع السعودية وبقية دول الخليج لحماية أهل السنة والوقوف أمام المد الشيعي وكذلك الأردن وسوريا ، وترك أبواب العلاقات مع إيران مفتوحة.

٥- على القوى المقاومة والمناهضة للاحتلال ومؤسساتها الإعلامية اعتماد المصطلحات الشرعية ومراعاة المألوفة منها، ولا بأس بتوظيف ما يحبب الناس ويتآلفهم، كما ينبغي عليهم جميعاً توحيد مصطلحاتهم والاتفاق على مفاهيم معينة في رسائلها الإعلامية، مما يلزم الوسائل الإعلامية الأخرى باعتمادها، وإذا كانت هذه القوى وفقت في توحيد خطابها تجاه بعض المصطلحات والمفاهيم لاسيما الأساسية، فإنها بحاجة إلى مزيد من الاتفاق والتوحد.

٦- على الأمة الاهتمام بإنشاء مراكز البحوث الإعلامية واستطلاعات الرأي العام، أو دعم القائم منها للإفادة منها في تحليل المحتوى وتحليل المواقف واتخاذ القرارات المناسبة التي تهم الرأي العام المحلي وحتى الإقليمي والدولي.

تم بحمد الله وتوفيقه

المصادر والمراجع

- الكتب

١- آثار الحرب في الفقه الإسلامي ، د. وهبة الزحيلي ، دار الفكر – دمشق، ط٤ – ١٩٩٢.

٢- الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ، د. أحمد بدر، دار القلم – الكويت ، ط١ – ١٩٧٤.

٣- الأحكام السلطانية والولايات الدينية ، الإمام محمد بن علي الماوردي، ضبطه وصحح، أحمد عبدالسلام ، بيروت ، ط٣- ٢٠٠٦.

٤- أحكام القرآن: الإمام الشافعي

٥- أحكام المجاهد بالنفس في سبيل الله في الفقه الإسلامي، د. مرعي بن عبد الله الشهري، النسخة الالكترونية.

٦- إدارة الإعلان واقتصادياته، د. راسم الجمال وخالد شاكر، الدار المصرية اللبنانية، ط١- ٢٠٠٤.

٧- إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية ، فيصل بن جاسم آل ثاني، دار وجوه للنشر والتوزيع، الرياض ، ط١ -٢٠١١.

٨- الإرهاب يؤسس دولة ، نموذج إسرائيل ، هيثم الكيلاني ، دار الشروق – القاهرة ، ط١- ١٩٩٧.

٩- استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، صالح خليل أبو أصبع، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان ، ط١، ١٤٢٥هـ/ ٢٠٠٥م.

١٠- استراتيجية الاتصال مع الآخر، د.فاروق ناجي ، بغداد – دار الفجر ، عمان – دار النفائس ط١/ ٢٠١٠.

١١- استراتيجية المقاومة الشاملة ، عدة باحثين ، إصدارات مركز الإعلام العربي – الجيزة -مصر- ، ط١- ٢٠٠٨.

١٢- الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي: عبد الوهاب كحيل، بيروت: عالم الكتب ١٤٠٦.

١٣- إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، د.محيي الدين عبد الحليم، كتاب الأمة، قطر ط١، ١٤١٩ – ١٩٩٨.

١٤- أصول الإعلام الإسلامي: د. إبراهيم إمام، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٨٥.

١٥- أضواء على الحرب النفسية، جمال السيد، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٢.

١٦- الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية: د. إبراهيم إمام، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة: ١٩٨٠.

١٧- الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، عدة باحثين، دار الفجر- بغداد ، دار النفائس – عمان، ط١- ٢٠٠٧.

١٨- الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية، د.عبد القادر طاش، مكتبة الأندلس- الرياض، ط٢/ ١٤٢٤هـ-٢٠٠٤م.

١٩- الإعلام الإسلامي في الميزان، د. سعيد إسماعيل صيني، الرياض ١٩٩٧.
٢٠- الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي، مرعي مدكور، القاهرة، دار الصحوة ١٩٨٨.
٢١- الإعلام السياسي والرأي العام ، د. عزيزة عبده ، دار الفجر - القاهرة ، ط١ - ٢٠٠٤.
٢٢- الإعلام العربي عبر الأقمار الصناعية ، دراسة استكشافية لتعرض المهاجرين العرب للقنوات الفضائية بكر محمد إبراهيم ، إصدارات مركز البحوث بكلية الآداب ، جامعة الملك سعود ، ١٩٩٨).
٢٣- الإعلام العربي في عصر المعلومات، باحثين عدة ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط١- ٢٠٠٤.
٢٤- الإعلام أولاً، د. أسعد السحمراني، بيروت - دار النفائس، ط١ - ١٩٩٤.
٢٥- الإعلام في صدر الإسلام : عبد اللطيف حمزة، القاهرة: دار الفكر العربي ١٩٧٠
٢٦- الإعلام والأزمات المعاصرة، هويدا مصطفى، الهيئة المصرية للكتاب -- القاهرة، ط١ - ٢٠٠٩
٢٧- الإعلام والرأي العام، د. عادل عبد الغفور ، مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت ، ط١ - .
٢٨- الإعلام والمؤسسة العسكرية ، بيتر يونج وبيتر جيسر، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط١- ٢٠٠٤.
٢٩- الإعلان الأسس والمبادئ، د. النور دفع الله أحمد، دار الكتاب الجامعي - العين - الإمارات ، ط٢- ٢٠٠٩.
٣٠- بحوث في الإعلام الإسلامي: محمد فريد محمود عزت، جدة: دار الشروق ١٤٠٣.
٣١- بين العقيدة والقيادة، اللواء محمود شيت خطاب ، دار الفكر - بيروت ، ط١- ١٩٧٢.
٣٢- تجديد الخطاب الديني بين التأصيل والتحريف، محمد بن شاكر الشريف ، كتاب مجلة البيان - الرياض، ط١- ٢٠٠٤.
٣٣- التخطيط الاستراتيجي، د. الدكتور هوشيار معروف ،دار وائل للنشر - عمان ، ط١- ٢٠٠٩.
٣٤- التخطيط الاستراتيجي، للسكارنة ، دار أسامة - عمان ، ط١/ ٢٠١١.
٣٥- التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام ، محمود كرم سليمان، المنصورة دار الوفاء ١٩٨٨.
٣٦- التخطيط الإعلامي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية ، د. عاطف عدلي العبد ، الدار العربية - القاهرة ، ط١- ٢٠٠٩.
٣٧- التربية الجهادية في ضوء الكتاب والسنة: تأليف عبد العزيز بن ناصر الجليل
٣٨- التفرد الأمريكي ، هالبر وكلارك ، ترجمة عمر الأيوبي ، بيروت - دار الكتاب العربي ٢٠٠٥ .
٣٩- تفسير ابن كثير (تفسير القرآن العظيم)، عماد الدين إسماعيل بن كثير الدمشقي، تح: حسان الجبالي، الرياض - بيت الأفكار الدولية، ١٩٩٩.
٤٠- تفسير الآلوسي (روح المعاني تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني)، شهاب الدين محمود الآلوسي البغدادي، بيروت - دار الفكر، ١٤١٤ - ١٩٩٣.

٤١- تفسير السعدي (تيسِّر الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان ، الشيخ عبد الرحمن السعدي ، دار السلام – الرياض ، ط٢- ٢٠٠٢.
٤٢- تفسير الطبري (جامع البيان عن تأويل آي القرآن)، محمد بن جرير الطبري، ضبط وتعليق: محمود شاكر، بيروت – دار إحياء التراث العربي، ط١ – ٢٠٠١.
٤٣- تفسير القرطبي (الجامع لأحكام القرآن)، القرطبي، راجعه: د. محمد إبراهيم الحفناوي ود. محمود حامد عثمان، مصر – دار الحديث، ٢٠٠٢.
٤٤- التقرير الاستراتيجي الرابع لمجلة البيان، ط١- ١٤٢٨..
٤٥- التقرير الاستراتيجي الخامس لمجلة البيان ، ط١- ١٤٢٩.
٤٦- الجامع لأحكام القرآن (تفسير القرطبي) ، دار الكتب العلمية – بيروت، ط١ – ١٩٨٨.
٤٧- الجهاد الإعلامي تأصيل وتفعيل ، د. عبد الرحمن الرواشدي، النسخة الالكترونية على موقع وكالة حق الإخبارية
٤٨- الجهاد في سبيل الله ، أبو الأعلى المودودي. النسخة الالكترونية
٤٩- الجواب الصحيح لمن بدل دين المسيح: الإمام ابن تيمية ، تح : د.علي حسن ناصر وآخرون ، دار العاصمة – الرياض ط١ - ١٤١٤.
٥٠- الحرب النفسية ، د. محمد منير حجاب ، دار الفجر – القاهرة، ط١- ٢٠٠٥.
٥١- الحرب النفسية ضد الإسلام ، د.عبد الوهاب كحيل ، مكتبة القدس -- القاهرة.
٥٢- الحرب النفسية في المنظور الإسلامي ، د.أحمد نوفل، الكتاب الأول، دار الفرقان – عمان ، ط٣- ١٩٨٩.
٥٣- الحرب النفسية مفاهيم إعلامية وأحكام فقهية، عبد الهادي الزيدي، دار الفجر – بغداد، دار النفائس – عمان ، ط١ – ٢٠١٠.
٥٤- الحرب النفسية:معركة الكلمة والمعتقد، صلاح نصر الجزء الأول، دار القاهرة للطباعة والنشر – القاهرة،ط٢- ١٩٦٧.
٥٥- الحقوق والحريات السياسية في الشريعة الإسلامية، د. رحيل محمد غرايبة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي بواشنطن، ١٩٨٤.
٥٦- الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام والمعلوماتية، عدة باحثين، دار الفجر –بغداد ، دار النفائس – عمان ،ط١/ ٢٠١٠.
٥٧- الرأي العام في الإسلام، محيي الدين عبد الحليم ، دار الفكر العربي – القاهرة، ط١- ١٩٩٩.
٥٨- الرأي العام والحرب النفسية، د. مختار التهامي ، دار المعارف – القاهرة ، ط٣ – ١٩٧٤.
٥٩- الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة: حسنين عبد القادر، دار النهضة العربية– القاهرة، ط٣- ١٩٦٢.
٦٠- الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية، د. محمد عبد القادر حاتم ، بيروت -١٩٧٣.

٦١- الرحيق المختوم ، صفي الدين المباركفوري، دار ابن كثير – دمشق ، ط٢ – ٢٠٠٤ .
٦٢- الرسول القائد، اللواء محمود شيت خطاب ، مكتبة النهضة – بغداد ، ط٢- ١٩٩٦ .
٦٣- الرسول والعلم ، د. يوسف القرضاوي ، مؤسسة الرسالة – بيروت ، ط٣- ١٩٨٥
٦٤- الرقابة في الإعلام الإسلامي، دراسة مقارنة: محمد أحيدب عمر، الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ١٤١٢.
٦٥- سنن ابن ماجة، محمد بن يزيد بن ماجة القزويني، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت – دار الفكر.
٦٦- سنن أبي داود، سليمان بن الأشعث أبو داود السجستاني، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، بيروت –دار الفكر.
٦٧- سنن الترمذي، محمد بن عيسى الترمذي، تحقيق: أحمد محمد شاكر وآخرين، بيروت – دار إحياء التراث العربي.
٦٨- سنن الدارمي، عبد الله بن عبد الرحمن الدارمي، تحقيق: فواز أحمد زمرلي وخالد السبع العلي، بيروت – دار الكتاب العربي، ط١ – ١٤٠٧.
٦٩- سنن النسائي (المجتبى)، أحمد بن شعيب النسائي، تحقيق: عبد الفتاح أبو غدة، حلب – مكتبة المطبوعات الإسلامية، ط٢ – ١٩٨٦.
٧٠- السيرة النبوية ، د. محمد علي الصلابي، دار المعرفة – بيروت، ط٣- ٢٠٠٥ .
٧١- السيرة النبوية ، عبد الملك بن هشام، تح: مصطفى السقا وإبراهيم الابياري وعبد الحفيظ شلبي، مطبعة الحلبي – القاهرة ، ط٢- ١٩٨٥ .
٧٢- السيرة النبوية عرض وقائع وتحليل أحداث، د. علي محمد الصلابي، بيروت – دار المعرفة، ط٣ – ٢٠٠٥.
٧٣- صحيح الأدب المفرد للإمام البخاري ، ناصر الدين الألباني ، دار الصديق – السعودية، ط١ – ١٤٢١.
٧٤- صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل البخاري، تحقيق: د. مصطفى ديب البغا، بيروت – دار ابن كثير – اليمامة، ط٣- ١٩٨٧ .
٧٥- صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج النيسابوري، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت – دار إحياء التراث العربي.
٧٦- العدوان على العراق خريطة أزمة ومستقبل امة ، تحرير حسن نافعة ونادية محمود مصطفى ، القاهرة – مركز البحوث والدراسات السياسية ، ط١ – ٢٠٠٣.
٧٧- العلاقات الدولية في الإسلام ، محمد بوبوش ، دار الفكر – دمشق ، ط١ – ٢٠٠٩ .
٧٨- العلاقات العامة النظرية والأساليب د. مهدي زويلف ود. احمد القطامين، مكتبة الفلاح – الكويت، ط١ – ١٩٩٩.
٧٩- العمدة في إعداد العدة: الشيخ عبد العزيز عبد القادر، النسخة الالكترونية .

٨٠- فتح الباري شرح صحيح البخاري، الحافظ ابن حجر العسقلاني، صححه محب الدين الخطيب، رقم أحاديثه محمد فؤاد عبد الباقي، القاهرة – دار الريان،ط١ – ١٤٠٧ .

٨١- الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، فارس عطوان، دار أسامة – عمان ، ط١ – ٢٠١١ .

٨٢- قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، د. نهوند القادري عيسى، بيروت – مركز دراسات الوحدة العربية، ط١ – ٢٠٠٨.

٨٣- قضايا التبعية الاعلامية والثقافية في العالم الثالث، د. عواطف عبد الرحمن ، عالم المعرفة ٧٨-الكويت، ط١- ١٩٨٤.

٨٤- قناة الجزيرة وصراع الفضائيات ، رحيم مزيد ، القاهرة – الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ، ط١ – ٢٠٠٣م.

٨٥- لسان العرب، جمال الدين محمد بن منظور، دار صادر - بيروت.

٨٦- مجموع الفتاوى، شيخ الإسلام ابن تيمية، جمع وترتيب عبد الرحمن بن قاسم وابنه، مكة المكرمة – دار النهضة الحديثة، ١٤٠٤.

٨٧- المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، د. محمد منير حجاب ود. سحر محمد وهبي ،عالم الكتب – القاهرة ، ط٣/ ١٩٩٦.

٨٨- المرجعية الإعلامية في الإسلام، د. طه أحمد ، دار الفجر -بغداد ، دار النفائس – عمان ،ط١/ ٢٠١٠.

٨٩- المسألة الثقافية ، محمد عابد الجابري ، مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت ، ١٩٩٤.

٩٠- المسألة الثقافية في العالم العربي والإسلامي، د. رضوان السيد ود.أحمد برقاوي، دمشق – دار الفكر، بيروت – دار الفكر المعاصر، ط٢ – ٢٠٠١.

٩١- المستدرك على الصحيحين، محمد بن عبد الله الحاكم، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، بيروت، دار الكتب العلمية ط ١ – ١٤١١، ١٩٩٠ م.

٩٢- المسؤولية الإعلامية في الإسلام، محمد سيد محمد، القاهرة- مكتبة الخانجي ١٤٠٣.

٩٣- مسئولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، دكتور رشدي شحاتة أبو زيد، -دار الفكر العربي- القاهرة، ط١ - ١٩٩٩.

٩٤- مشارع الأشواق إلى مصارع العشاق ، أحمد بن إبراهيم الدمشقي ، دار البشائر الإسلامية – بيروت ، ط٣- ٢٠٠٢ .

٩٥- المعجم الوسيط، إبراهيم مصطفى / أحمد الزيات / حامد عبد القادر / محمد النجار، دار الدعوة.

٩٦- معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي ، د. طه أحمد ، دار الفجر -بغداد ، دار النفائس – عمان ،ط١/ ٢٠١٠.

٩٧- المغني ، موفق الدين محمد بن قدامة المقدسي، دار الحديث – القاهرة، ط١ - ١٩٩٥ .

٩٨- من فقه المقاومة ، د. محمد عياش ،إصدارات مجلة السبيل - عمان ، ٢٠٠٧.

٩٩- موسوعة السياسة، عبد الوهاب الكيالي، المؤسسة العربية للدراسات والنشر- بيروت .

١٠٠-الموسوعة الفقهية الميسرة : د. محمد رواس قلعة جي، دار النفائس- بيروت ، ط٢- ٢٠٠٥.
١٠١-وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعلم: د. ربحي عليان ود. محمد الدبس، عمان - دار صفاء، ط٢ - ٢٠٠٣.
١٠٢-وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية ، د. سليمان صالح ، مكتبة الفلاح - الكويت ، ط١- ٢٠٠٥.

المواقع الالكترونية :

١٠٣-موقع الإسلام http://www.al-islam.com
١٠٤-موقع الجزيرة توك.
١٠٥-موقع جريدة الوطن
١٠٦-موقع قناة اقرأ على الإنترنت www.iqraatv.com
١٠٧-موقع وكالة حق www.haqnews.net
١٠٨-موقع منتديات البراق الاسلامية

المجلات :

١٠٩-مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد الرابع - ٢٠٠٤.
١١٠-مجلة البيان السعودية، العدد ٢٥٦ .
١١١-مجلة الفرسان العدد ٩، النسخة الالكترونية.
١١٢-مجلة المستقبل العربي ، السنة ٢٦، العدد ٢٩١ (ايار ٢٠٠٣).
١١٣-مجلة المستقبل العربي، السنة ٢٧، العدد ٣٠٣، أيار ٢٠٠٤.
١١٤-المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الخامس ، العدد الثاني
١١٥-مجلة تلفزيون الخليج - الرياض ، العدد الرابع.

الجرائد :

١١٦-جريدة الأهرام في عددها الصادر يوم٤/ ٤/ ٢٠٠٣.
١١٧-جريدة الشرق الأوسط في عددها الصادر يوم ٤/ ٤/ ٢٠٠٣.
١١٨-جريدة الشرق الأوسط في عددها الصادر يوم ٦/ ٤/ ٢٠٠٣.

الفهرس

الإهداء ٥

المقدمة ٧

القسم الأول: التأصيل والتنظير

الفصل الأول: مفهوم المقاومة الإعلامية ومشروعيتها ١٣

المبحث الأول: مفهوم المقاومة الإعلامية ١٣
تعريف المقاومة الإعلامية ١٣
مقاربة اصطلاحية ١٤
الإعلام المقاوم ١٤
الإعلام الجهادي ١٥
الجهاد الإعلامي ١٥
تعريف المقاومة الإعلامية ١٦

المبحث الثاني: مشروعية المقاومة الإعلامية ٢١
أولاً: المشروعية الفقهية ٢١
مشروعية المقاومة الإعلامية كجزء من المقاومة المسلحة ٢١
١- جهاد طلب ٢١
٢- جهاد دفع ٢٢
مشروعية المقاومة الإسلامية المعاصرة ٢٣
مشروعية المقاومة الإعلامية بحد ذاتها ٢٦
ثانياً: المشروعية القانونية ٢٨
المقاومة الإعلامية كجزء من المقاومة المسلحة ٢٨
مشروعية المقاومة الاعلامية لذاتها ٣١
خلاصة ٣٥

المبحث الثالث: صور المقاومة الاعلامية ومراحلها ٣٦
صور المقاومة الإعلامية ٣٦
صور الجهاد باللسان ٣٦
المقاومة الإعلامية بوسائلها كافة (المرئية والمسموعة والمقروءة والشفهية) ٣٨
مراحل المقاومة الإعلامية ٣٩
مرحلة الإعداد ٣٩
مرحلة الدفع ٣٩
مرحلة الردع ٣٩

الفصل الثاني: استراتيجية المقاومة الإعلامية.. ٤٠

المبحث الأول: مفهوم الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي.................. ٤٠
أولاً: مفهوم الاستراتيجية ٤٠
تعريف الاستراتيجية.. ٤١
ثانياً: مفهوم التخطيط الاستراتيجي (الريادي)........................ ٤٢
تعريف التخطيط الاستراتيجي ٤٢
مزايا التخطيط.. ٤٣
مشروعية التخطيط ٤٤

المبحث الثاني: التخطيط للمقاومة الإعلامية ٥٠
أولاً: تعريف التخطيط الإعلامي.. ٥٠
المحددات في التخطيط للمقاومة الإعلامية ٥٢
تحديد الرؤية عند المقاومة الإعلامية........................ ٥٢
الرؤية في التخطيط.. ٥٢
تحديد الرسالة ٥٤
تحديد أهداف المقاومة الإعلامية.. ٥٧
الأهداف العامة.. ٥٨
التعريف برسالة المقاومة.. ٥٨
غرس ثقافة المقاومة.. ٥٨
تحرير الإنسان المسلم من التبعية الإعلامية والثقافية للغرب............ ٦٠
إشاعة روح التماسك بين أبناء الأمة.. ٦٠
تقويه الروح الجهادية بين المسلمين ٦٠
إفشال مخططات العدو ومواجهة حربه النفسية ٦١
رفع معنويات المجاهدين.. ٦١
تصعيد الحرب النفسية ضد العدو ٦١
تقديم مادة إخبارية عن العمل المقاوم ٦١
استثمار الانجازات المرحلية ٦١
إقامة صناعة إعلامية ٦٢
الأهداف المرحلية.. ٦٢
تحديد الوسائل الإعلامية ٦٣
إعداد الخطط الإعلامية ٦٤
١-الخطط طويلة الأجل ٦٤
٢-الخطط متوسطة الأجل ٦٥
٣-الخطط قصيرة الأجل.. ٦٥
أساليب إعداد الخطة الاستراتيجية ٦٥
أسلوب التخطيط من أسفل إلى أعلى ٦٥
١-أسلوب التخطيط من أعلى إلى أسفل ٦٥
٢-المزج بين الأسلوبين (من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى)................ ٦٦

٣-أسلوب فريق التخطيط ٦٦
استدراكات على الخطة الإستراتيجية ٦٦

الفصل الثالث: صناعة المقاومة الإعلامية (الإعلام المقاوم أنموذجاً) ٦٨

المبحث الأول: أهمية الصناعة الاعلامية ومسارها ٦٨
أهمية صناعة الإعلام المقاوم ٦٨
مبادئ الصناعة الإعلامية.. ٧٠
مسار الصناعة الإعلامية.. ٧١
شكل (١) الدورة المتكاملة للإعلام المقاوم ٧١

المبحث الثاني: صناعة دعاية إعلامية مقاومة ٧٣
أولاً: صياغة خطاب إعلامي مقاوم ٧٤
تحديد مفهوم الخطاب المقاوم وارتباطاته ٧٥
تحديد مواصفات لغة الخطاب.. ٧٦
تحديد نوعية الخطاب بحسب الجهة التي يتوجه إليها ٧٦
أصول الخطاب المقاوم ٧٧
الخطاب المقاوم وصناعة المصطلحات ٨١
الإرهاب - المقاومة - الجهاد.. ٨٢
سقوط النظام - سقوط بغداد - إحتلال العراق ٨٥
أسماء الجماعات الجهادية المقاومة ، وأسماء إصداراتها ورموزها ٨٧
ثانياً: المقاومة وصناعة الرأي العام ٨٩
مفاهيم ٩١
مفهوم الرأي العام ٩١
الرأي ٩١
وأما الرأي العام.. ٩١
مفهوم حرية الرأي.. ٩٢
حرية الرأي تطلق ويراد بها احد المعنيين ٩٢
كما إن حرية الرأي تستلزم حرية المناقشة وحرية النقد................................ ٩٢
أنواع الرأي ٩٣
الرأي المنقاد.. ٩٣
الرأي المستنير.. ٩٣
الرأي المسيطر ٩٣
حرية الرأي في الإسلام ٩٤
ومن الأسس التطبيقية التي تدل على اهتمام الإسلام بالرأي العام................................ ٩٥
نظريات التأثير الإعلامي في الرأي العام ٩٦
نظرية الاختلافات الفردية ٩٦
نظرية الفئات الاجتماعية ٩٦
نظرية العلاقات الاجتماعية ٩٧

نظرية الحقنة تحت الجلد (القذيفة السحرية) ٩٧
نظرية الاستخدامات والإشباعات ٩٧
نظرية النموذج (القدوة).. ٩٨
العمليات الانتباهية ٩٨
عملية الاحتفاظ ٩٨
عملية الاسترجاع أو الاستخراج الحركي ٩٩
عملية الدافعية ٩٩
نظرية الغرس الثقافي ٩٩
نظرية تحديد الأولويات (الأجندة) ١٠٠
نظرية الاعتماد المتبادل ١٠٠
نظرية الفجوة المعرفية.. ١٠٠
الإعلام المقاوم والرأي العام ١٠١
المبحث الثالث: بناء العلاقات العامة وصناعة إعلان مقاوم ١٠٣
أولاً: المقاومة وبناء العلاقات العامة ١٠٣
مفهوم العلاقات العامة ١٠٣
ومعلوم أن العلاقات العامة تقسم عادة إلى قسمين رئيسين هما.. ١٠٤
١-العلاقات العامة الداخلية ١٠٤
٢-العلاقات العامة الخارجية.. ١٠٥
العلاقات الدبلوماسية ١٠٦
المقاومة والعلاقات العامة ١٠٨
وعلى وفق الخطوات الآتية ١٠٨
ثانياً: صناعة الإعلان المقاوم ١٠٩
الأسس النفسية للإعلانات ١١٠
مرحلة جلب الانتباه ١١١
مرحلة إثارة الاهتمام.. ١١١
الرغبة ١١١
الإقناع ١١١
التنفيذ (الاستجابة) ١١١
التثبيت بالذاكرة.. ١١٢
قانون التكرار ١١٢
قانون الحداثة والجدة ١١٢
التخطيط الإعلاني ١١٣
المقاومة وصناعة الإعلان المقاوم.. ١١٤
المبحث الرابع: المقاومة والحرب النفسية ١١٦
١-الحرب النفسية الإستراتيجية.. ١١٩
٢-الحرب النفسية التكتيكية ١١٩
٣-الحرب النفسية التعزيزية (للتدعيم) ١١٩

مشروعية الحرب النفسية ١١٩
ومن أدلة السنة النبوية ١٢٣
أهمية الحرب النفسية وأهدافها ١٢٤
أهمية الحرب النفسية ١٢٤
أهداف الحرب النفسية ١٢٦
الجبهة الميدانية للعدو ١٢٦
الجبهة الداخلية للعدو ١٢٦
الجبهة الخارجية للعدو ١٢٧
أساليب الحرب النفسية ووسائلها ١٢٧

القسم الثاني: الجانب التطبيقي

الفصل الرابع: الإعلام المقاوم (إعلام المقاومة العراقية أنموذجاً) ١٤٣
المبحث الأول: المقاومة العراقية ١٤٣
تميزت المقاومة العراقية بخصائص منها ١٤٣
الانطلاقة ١٤٣
زمن المعركة وطرفاها ١٤٣
طبيعة الصراع ١٤٤
الدعم العربي والإسلامي ١٤٤
دوافع المقاومة ومنطلقاتها ١٤٥
دوافع وطنية ١٤٦
دوافع انتقامية ١٤٦
دوافع إسلامية ١٤٦
-طبيعة المعركة القتالية ١٤٧
الجانب السياسي للمقاومة ١٤٩
العملية السياسية ١٥٠
التكفير وحرمة الدماء ١٥٠
جاء في منهجية أنصار الإسلام ١٥١
انجازات المقاومة العراقية ١٥٤
المبحث الثاني: الإنجازات الإعلامية للمقاومة العراقية ١٥٩
أولاً: الانجازات الإعلامية من خلال عناصر الإعلام وأركانه ١٥٩
العنصر الأول: الرسالة الإعلامية ١٥٩
المسلك الأول: المنهجية العامة ١٦٠
قراءة في منهجية الفصائل ١٦١
١-الهوية الإسلامية ١٦١
٢-شرعية الجهاد ١٦١
٣-أهداف الجهاد ١٦١

٤-الموقف من الجماعات الأخرى ١٦٢
٥-البرنامج السياسي ١٦٢
قضايا ومواقف........................ ١٦٢
العملية السياسية ١٦٢
الأجهزة العسكرية والأمنية ١٦٣
التكفير وحرمة الدماء........................ ١٦٣
ملاحظات حول المنهجية ١٦٣
المسلك الثاني: محتوى الرسائل الإعلامية المباشرة ١٦٦
العنصر الثاني:المرسل ١٦٨
توافر المكانة والقوة ١٦٨
توافر الخبرة والثقة ١٦٩
توافر الرغبة بالتطوير والإبداع........................ ١٧٠
المرسل أو المصدر الجهادي ١٧٠
- قسم التحرير........................ ١٧٠
- الإعلام الميداني........................ ١٧٠
- القسم الفني ١٧٠
- قسم التدريب والتطوير ١٧٠
العنصر الثالث: المستقبل أو المتلقي ١٧٠
العنصر الرابع: الوسيلة الإعلامية ١٧٢
أولاً: الوسائل الشفهية ١٧٣
- الاتصال الشخصي........................ ١٧٣
ومن مميزات هذا الاتصال ١٧٣
- الاتصال الجمعي أو المجتمعي ١٧٤
المساجد والجهاد الإعلامي ١٧٥
العلماء والخطباء إعلاميو الجهاد ١٧٨
ثانياً: الوسائل المرئية........................ ١٨٠
القنوات الفضائية ١٨٠
الإصدارات المرئية........................ ١٨٢
ثالثاً: الوسائل المسموعة........................ ١٨٢
رابعاً: الوسائل المقروءة ١٨٣
المطبوعات........................ ١٨٤
خامساً: الوسائل الشاملة (الإعلام الالكتروني) ١٨٤
المواقع الالكترونية ١٨٤
الإصدارات الالكترونية........................ ١٨٥
العنصر الخامس: الاستجابة للرسالة الإعلامية ١٨٥
ثانياً: الانجازات الإعلامية من خلال أنماط الاتصال ١٨٨
الدعاية الإعلامية ١٨٨

الرأي العام.. ١٨٩
العلاقات العامة والإعلان.. ١٩٠
الحرب النفسية ١٩١

الفصل الخامس: الممانعة الإعلامية - الإعلام العربي والإسلامي المستقل(قناة الجزيرة والفضائيات الإسلامية أنموذجاً)... ١٩٣

المبحث الأول: الإعلام العربي الحر- المستقل (شبكة الجزيرة أنموذجاً)................ ١٩٤
شبكة الجزيرة الفضائية: نشأة ومرجعية ١٩٦
أولا: مرجعية التحرر من التبعية الاخبارية والإنتاجية السياسية ١٩٨
التحرر الإخباري.. ١٩٨
التحرر التحليلي والتفسيري... ١٩٨
التحرر في المصطلحات السياسية: ١٩٨
التحرر في الإنتاج الوثائقي السياسي ١٩٩
ثانياً: مرجعية في التطوير المهني والأكاديمي................................ ٢٠٠
التحرر من التبعية المهنية والأكاديمية ٢٠٠
أنموذج لدور الفضائيات العربية في المقاومة الاعلامية............................ ٢٠٤
استقطاب الجمهور العربي انجازاً.. ٢٠٦
جدول(١) أسباب اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية العربية ٢٠٧
جدول (٢) وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور العربي ٢٠٨

المبحث الثاني: الإعلام الإسلامي الهادف ٢١٠
دوافع زيادة القنوات الإسلامية ٢١١
مواصفات وتصنيف القنوات الاسلامية ٢١٣
تصنيف القنوات الإسلامية ٢١٥
الأهداف والسياسات الأولية للفضائيات الإسلامية ٢١٦
استقطاب المتلقي العربي المسلم.. ٢١٦
الجدول(٣) القنوات الفضائية العربية المؤثرة على المجتمعين العراقي والمصري...... ٢١٧

الفصل السادس: السياسات الإعلامية الأمريكية المضادة بعد ٢٠٠٣ وسبل مواجهتها ٢١٩

مفهوم السياسات الإعلامية (information policies)................................ ٢٢٠
السياسات الإعلامية ٢٢٠

المبحث الأول: الإعلام والحروب الأمريكية ٢٢١
أولاً: الإعلام والحروب الأمريكية ٢٢١
ثانياً: الإعلام الأمريكي وحربا الخليج ١٩٩١ و٢٠٠٣ .... ٢٢٤
الحرب الأولى ١٩٩١ وسياسة بركة الأنباء -المراكز الصحفية-.................... ٢٢٤
الحرب الثانية ٢٠٠٣ وسياسة الإعلام المرافق................................. ٢٢٥

المبحث الثاني: السياسات الإعلامية للمؤسسات الأمريكية الرسمية ٢٢٩

أولاً: السياسات الإعلامية تجاه المعلومات ٢٢٩
الاعتماد على المعلومة الرسمية ٢٣٠
الكذب والخداع الإعلامي ٢٣٢
شراء الكلمة ٢٣٣
ثانياً: السياسات الإعلامية وحرب المصطلحات ٢٣٥
ثالثاً: السياسات الإعلامية الأمريكية تجاه الرأي العام ٢٤٠
الأولى: الرأي العام له دور في التأثيرعلى النظام السياسي بل اختياره.......... ٢٤١
الثانية: أن صناعة الرأي العام أصبحت إحدى أهم وظائف الإعلام المعاصر..... ٢٤٢
الثالثة: أن وسائل إعلام المؤسسات الحكومية لجذب الرأي العام إليها هي وسائل الإعلام ٢٤٢
السياسات الإعلامية الأمريكية تجاه الرأي العام........................ ٢٤٣
كسب الإعلام لتحشيد الرأي العام ٢٤٤
الرقابة على وسائل الإعلام من أجل أمن المعلومات........................ ٢٤٤
السيطرة على وسائل الإعلام لتحقيق الهيمنة السياسية ٢٤٥
استهداف الإعلام الذي لا يمكن ترويضه (سياسة تكميم الأفواه) ٢٤٦
تضليل الرأي العام إعلامياً من أجل كسبه ٢٤٨
تمويه التضليل تحت ذرائع يمكن تقبلها........................ ٢٥١
الوطنية والأمن القومي قبل الحيادية والموضوعية ٢٥١
وقد علل بعض الباحثين اللجوء إلى هذه السياسة ٢٥١
تجاهل الصوت الآخر حتى لا يعكر مياه السياسة........................ ٢٥٢
تسريبات إعلامية يسيرة لصرف الأنظار........................ ٢٥٢
أبلسة الخصوم (وشيطنتهم) لتحويل الرأي العام عنهم ٢٥٣
استهداف الرأي العام المحلي بما يحاكيه (سوا والحرة عراق) ٢٥٥
السياسات الاعلامية في الحرب النفسية وحرب الشائعات........................ ٢٥٦
صياغة منطلقات دعائية ضد الخصوم وتضخيمها ٢٥٨
توظيف المنافقين في صفوف الخصم لزعزعته ٢٦٢
الاستخدام المفرط في القوة واستهداف المدنيين ومناطق المجاهدين........................ ٢٦٢
الإساءة إلى المعتقلين وذويهم ٢٦٣
ثانياً: حرب الشائعات ٢٦٤
المبحث الثالث: سبل المواجهة والتصدي........................ ٢٦٨
مواجهة منافقي المقاومة........................ ٢٧٦
الخاتمة (النتائج والتوصيات) ٢٨١
المصادر والمراجع ٢٩١
الفهرس........................ ٢٩٧






9 789957 801212

www.darfan.com


دار النفائس
للنشر والتوزيع - الأردن